

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Регулирование торговой деятельности

Код модуля
1164280(1)

Модуль
Регулирование торговой деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Костромин Валерий Михайлович	кандидат исторических наук, доцент	Доцент	региональной и муниципальной экономики, финансов и безопасности
2	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Костромин Валерий Михайлович, Доцент, региональной и муниципальной экономики, финансов и безопасности
- Никитина Наталья Юрьевна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Регулирование торговой деятельности

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Регулирование торговой деятельности

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1 -Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия
ПК-7 -Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической и	З-2 - Знать особенности организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции

управленческой теории при решении профессиональных задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	П-1 - Владеть навыками в организации и управлении торгово-технологическими процессами на предприятии У-1 - Уметь осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на предприятии	Практические/семинарские занятия
ПК-8 -Способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	З-1 - Знать виды контрагентов, виды и формы заключения договоров в профессиональной деятельности П-1 - Владеть способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение У-1 - Уметь выбирать контрагентов по сделкам, проводить с ними деловые переговоры У-2 - Уметь разрабатывать проекты договоров и контролировать их выполнение	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	<i>3,7</i>	<i>100</i>
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		

Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	3,15	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам,	Неудовлетворительно	Не зачтено	Недостаточный (Н)

	имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	(менее 40 баллов)	
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания	Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практически/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Тема 1. Роль коммерческой деятельности в развитии общества. Понятие коммерческого права. Предмет коммерческого права. Критерии отграничения предмета коммерческого права. Соотношение коммерческого и гражданского права. Соотношение коммерческого и предпринимательского права. Коммерческое право как наука и учебная дисциплина.

2. Тема 2. Понятие субъекта коммерческой деятельности. Коммерсант. Предприниматели без образования юридического лица. Юридические лица. Коммерческая организация: понятие, особенности. Некоммерческие организации. Организационно-правовые формы юридических лиц, предусмотренные законодательством. Юридическое значение регистрации субъектов коммерческой деятельности. Российская Федерация, субъекты РФ и муниципальные образования как участники гражданского оборота. Особенности их правового положения. Возможность участия государственных органов и органов местного самоуправления в хозяйственных обществах. Вклад государственного и муниципального имущества в уставной капитал хозяйственных обществ. Функциональные виды субъектов коммерческой деятельности. Дилеры, дистрибьюторы. Брокеры, трейдеры, фирмы-стокисты, комиссионеры (консигнанты), торговые дома. Особые субъекты коммерческой деятельности.

3. Тема 3. Понятие товара. Соотношение объектов коммерческого и объектов гражданского оборота. Вещи, не признающиеся товарами в коммерческом обороте: недвижимость, деньги, ценные бумаги, электрическая и иные виды энергии. Государственное регулирование торговых операций с отдельными видами товаров. Основные способы государственного регулирования обращения товаров. Ограничение оборота отдельных видов товаров; правовые основания, условия и порядок ограничения продажи отдельных видов товаров. Возможности административного ограничения операций с отдельными видами товаров.

4. Тема 4. Понятие и виды индивидуализации в гражданском праве. Значение индивидуализации в коммерческой деятельности. Понятие средства индивидуализации. Иные средства индивидуализации (доменное имя и др.). Фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию. Исключительное право на фирменное

наименование. Наименование некоммерческой организации и исключительное право на него. Понятие и виды товарных знаков. Исключительное право на товарный знак. Коллективные товарные знаки, общеизвестные товарные знаки, особенности их правовой охраны. Понятие наименования места происхождения товара (НМПТ). Исключительное право на НМПТ. Коммерческое обозначение: понятие и условия охраноспособности. Разрешение конфликтов между различными средствами индивидуализации

5. Тема 5. Понятие товарного рынка. Границы товарного рынка. Классификация товарных рынков. Структура товарного рынка. Правовое обеспечение организованных торгов. Федеральный закон "Об организованных торгах". Правовой статус биржи, правовой статус торговой системы. Понятие оптового рынка. Правовое обеспечение деятельности оптовых рынков. Понятие оптовой ярмарки. Правовое обеспечение деятельности оптовых ярмарок. Понятие торгово-промышленной выставки. Правовое обеспечение деятельности торгово-промышленных выставок. Публичные торги как форма организации оптовой торговли. Правовое обеспечение деятельности электронных торговых площадок. Организация поставок для государственных нужд. Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Закупка товаров отдельными видами юридических лиц. Инфраструктура товарных рынков, ее роль в развитии торгового оборота. Современное состояние подсистем инфраструктуры товарных рынков в России.

6. Тема 6. Цели, задачи и основные принципы государственного регулирования торговли. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности". Прямые и косвенные методы государственного регулирования торговли. Государственное регулирование ценообразования. Нормативные основы свободного ценообразования. Виды регулируемых цен. Государственное регулирование и защита конкуренции. Федеральный закон "О защите конкуренции". Государственный контроль за экономической концентрацией. Антимонопольные органы, их функции и полномочия. Рассмотрение дел о нарушении антимонопольного законодательства. Лицензирование отдельных видов коммерческой деятельности. Федеральный закон "О лицензировании отдельных видов деятельности". Иные нормативные акты, устанавливающие лицензирование в сфере торговли.

7. Тема 7. Нормативное регулирование обеспечения безопасности и качества товаров, работ и услуг в коммерческом обороте. Понятия "безопасность" и "качество". Субъективное право на качество товара, субъективное право на безопасность товара. Нормы гражданского законодательства, обеспечивающие безопасность и качество товаров. Значение договора для обеспечения качества товаров. Техническое регулирование. Понятие подтверждения соответствия. Виды подтверждения соответствия. Понятие технического регламента. Виды технических регламентов. Значение технических регламентов. Содержание технических регламентов. Порядок принятия технических регламентов. Знак обращения на рынке Понятие и значение сертификации. Виды сертификации. Особенности обязательной сертификации. Особенности добровольной сертификации. Декларирование соответствия. Принятие и регистрация декларации о соответствии. Значение декларации о соответствии. Понятие стандартизации. Виды стандартов. Порядок разработки стандарта. Понятие национального стандарта. Понятие стандарта организации. Знак соответствия.

8. Тема 8. Понятие и значение договора в коммерческой деятельности. Соотношение понятий торговая сделка и торговый договор. Содержание договора. Классификация

условий договора. Понятие существенных условий договора. Существенные условия договора для различных видов договора. Условия договора, устанавливаемые соглашением сторон как существенные. Цена, как одно из условий договора. Правовые последствия отсутствия цены в содержании коммерческого договора. Примерные условия договора для различных видов договоров, применяемые на практике. Обычаи делового оборота при выработке условий договора. Отличие случайных условий от существенных условий договора. Форма торгового договора. Последствия несоблюдения формы договора, предусмотренного законодательством или соглашением сторон. Типовые бланки договоров, их юридическая природа. Порядок заключения торговых договоров. Отличие предложения от оферты. Особенности публичной оферты. Отзыв оферты. Права и обязанности стороны, направившей оферту. Условия акцепта оферты. Правовые последствия акцепта оферты или отказа от оферты для стороны, получившей оферту. Заключение договора в обязательном порядке. Особенности заключения договора на организованных торгах. Изменение и расторжение договора по соглашению сторон. Изменение или расторжение договора в судебном порядке по требованию сторон. Порядок изменения или расторжения договоров.

9. Тема 9. Понятие реализации. Понятие реализационных договоров. Классификация реализационных договоров. Договор поставки. Стороны и предмет договора поставки. Признаки договора поставки. Существенные условия договора поставки. Права и обязанности сторон договора поставки. Ответственность сторон по договору поставки. Изменение и прекращение договора поставки. Договор поставки товаров для государственных или муниципальных нужд. Нормативно-правовое регулирование договора. Стороны и предмет договора. Порядок заключения, изменения и расторжения договора. Ответственность сторон по договору поставки товаров для государственных или муниципальных нужд. Договор контрактации. Стороны и предмет договора. Права и обязанности сторон договора. Ответственность сторон договора контрактации. Договор мены. Предмет договора мены. Права и обязанности сторон по договору. Переход права собственности по договору. Договор мены и бартерные сделки. Непоименованные в Гражданском кодексе реализационные договоры: договор оптовой-купли продажи, договор комплексной поставки, договор поставки продовольственных товаров в торговую сеть. Договор оптовой купли-продажи. Две концепции договора оптовой купли-продажи (Б.И. Пугинский и Л.В. Андреева).

Примерные задания

Тема 1. Введение в коммерческое (торговое) право

Практическое занятие проходит в формате дискуссии

Тема 2. Субъекты и объекты коммерческого оборота

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 3. Правовые основы индивидуализации субъектов коммерческой деятельности и объектов торгового оборота

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 4. Правовые формы организации товарного рынка

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 5. Организация государственных/муниципальных закупок и закупок отдельных видов юридических лиц

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 6. Государственное регулирование коммерческой деятельности

Практическое занятие проходит в формате тестирования

Тема 7. Правовое регулирование рекламы

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 8. Торговые (коммерческие) договоры

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

Тема 9. Электронная коммерция

Практическое занятие проходит в формате устного опроса

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. 1. Контрольная работа проводится в виде теста

Примерные задания

Вопрос 1. Под «коммерцией» понимают:

- а. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- б. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- с. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;

d. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

Вопрос 2. Целью коммерческой стратегии является:

a. определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;

b. определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;

c. разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;

d. определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

Вопрос 3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

a. с куплей товаров и/или услуг;

b. с продажей товаров и/или услуг;

c. с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;

d. с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;

e. с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

Вопрос 4. Что является объектом коммерческой деятельности?

a. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;

b. услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;

c. реклама; представительские услуги;

d. аудит; консалтинг;

e. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

Вопрос 5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

a. реальное воплощение товара;

b. замысел товара;

c. дополнение к товару;

d. доставка товара;

e. использование товара.

Вопрос 6. К коммерческим организациям не относятся:

a. хозяйственные товарищества и общества;

b. производственные кооперативы;

c. потребительские кооперативы;

d. государственные унитарные предприятия

Вопрос 7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- a. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- b. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
- c. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- d. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

Вопрос 8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- a. отдел координации закупок и продаж;
- b. отдел транспорта и таможенных операций;
- c. отдел маркетинга и цен;
- d. отдел рекламы;
- e. отдел работы с посредниками;
- f. все вышеперечисленные варианты верны

Вопрос 9. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- a. изучение рынков;
- b. изучение рынков поставщиков и потребителей;
- c. разработка контрактов с определением цен

Вопрос 10. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- a. в организации торгового обслуживания покупателей;
- b. в организации товаров;
- c. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- d. в формировании ассортимента товаров.

Вопрос 11. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

- a. то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;
- b. то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- c. то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- d. то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- e. то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

Вопрос 12. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- a. розничная продажа;

- b. оптовая продажа;
- c. стимулирование сбыта;
- d. сезонные скидки

Вопрос 13. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- a. коммерческим организациям;
- b. некоммерческим организациям;

Вопрос 14. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:

- a. скидки с цены;
- b. премии;
- c. распространение купонов;
- d. бесплатные образцы товаров
- e. нет правильного ответа

Вопрос 15. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- a. маркетинга;
- b. сбыта;
- c. услуг;
- d. кадров

Вопрос 16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- a. цена и качество;
- b. скидки и доступность информации;
- c. принадлежность к одной отрасли

Вопрос 17. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- a. контакты с поставщиками;
- b. технические справочники;
- c. опрос экспертов

Вопрос 18. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- a. производитель – потребитель;
- b. производитель – посредник – потребитель;
- c. производитель – оптовый торговец – розница – потребитель

Вопрос 19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- a. разработка каталогов и прейскурантов;
- b. доставка товара к месту продажи;
- c. распаковка и расконсервация;
- d. подготовка товара к продаже;

Вопрос 20. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- a. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- b. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
- c. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- d. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

Вопрос 21. Торговый ассортимент представляет собой:

- a. совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- b. совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- c. совокупность товаров, находящихся на рынке;
- d. совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

Вопрос 22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- a. ассортимент товаров; величина предприятия;
- b. способ продаж; объем услуг;
- c. расположение; организационно правовая форма;
- d. ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
- e. величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

Вопрос 23. Что такое «широта» ассортимента?

- a. количество товарных единиц в товарной группе;
- b. бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- c. соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- d. количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

Вопрос 24. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- a. внутриотраслевые;
- b. межотраслевые;
- c. прямые;
- d. опосредованные;
- e. длительные

Вопрос 25. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- a. поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- b. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- c. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- d. согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

Вопрос 26. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- a. игры;
- b. премии лучшим торговым работникам;
- c. проведение конференций продавцов;
- d. моральные поощрения

Вопрос 27. Какой вид сервиса не существует?

- a. предпродажный;
- b. послепродажный;
- c. внутрипродажный;
- d. все вышеперечисленные варианты верны

Вопрос 28. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- a. материально-техническое обеспечение;
- b. производственные;
- c. финансовые;
- d. информационные;
- e. материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

Вопрос 29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- a. личный отбор товара на складе;
- b. по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- c. через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- d. с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
- e. личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Вопрос 30. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- a. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- b. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- c. личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- d. наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- e. деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Роль ФПП в современной Российской экономике 2. Холдинги как форма предпринимательства 3. Пути снижения предпринимательского риска 4. Посреднический бизнес в современной России 5. Государственное регулирование коммерческой деятельности 6. Форма и методы коммерческих расчетов 7. Исследование товарного рынка 8. Сбытовая политика фирмы 9. Совместные предприятия как новая форма международных хозяйственных связей 10. Организация и ведение деловых переговоров 11. Международные коммерческие операции 12. Торговое предпринимательство в современной России 13. Бизнес консалтинговых и инжиниринговых услуг 14. Лизинг как форма коммерческих отношений 15. Организация торговли на выставках, ярмарках, аукционах 16. Формирование и развитие оптовой торговли в России 17. Коммерческая

деятельность в розничной торговле 18. Внутрифирменное планирование и его роль в организации коммерческо-посреднической деятельности 19. Оценка эффективности торгово-посреднической деятельности 20. Предпринимательская деятельность в свободных экономических зонах 21. Торговля промышленной и интеллектуальной собственности 22. Роль рекламы в коммерческой деятельности фирмы 23. Роль бизнес-плана в коммерческой деятельности фирмы 24. Маркетинг-план как составляющая бизнес-плана 25. Реинжиниринг как новая форма консалтинга 26. Роль упаковки и маркировки в обеспечении коммерческого успеха фирмы 27. Франчайзинг в рыночной экономике 28. Торговля через интернет 29. Роль цены в коммерческой деятельности фирмы 30. Электронная коммерция 31. Внемагазинные формы торговли 32. Мерчандайзинг в розничной торговле 33. Задачи, сущность коммерческой деятельности. 34. Управление торговыми предприятиями. 35. Оптовая торговля, ее структура, задачи и функции. 36. Розничная торговля, роль, задачи на современном этапе. 37. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью. 38. Принципы и методы управления торговым предприятием. 39. Планирование и организация коммерческой деятельности в торговом предприятии. 40. Коммерческие службы, организация их работы. 41. Изучение и прогнозирование потребительского рынка. 42. Виды спроса потребителей, их характеристика. 43. Изучение поведения потребителей. 44. Сущность, классификация, виды коммерческих связей в торговле. 45. Роль оптовых предприятий в продвижении товаров на рынок. 46. Значение и сущность оптовых закупок. 47. Защита коммерческой информации.

Примерные задания

Студенты выполняют домашние работы по предложенным темам в виде докладов и презентаций. Длительность доклада не более 7 минут. В презентации не более 8 слайдов. Доклад оформляется в виде реферата. Баллы в БРС выставляются по общим результатам доклада, реферата и презентации.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. . 1. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. 2. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. 4. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах. 5. Стимулирование сбыта. 6. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур. 7. Особенности формирования ассортимента. 8. Особенности организации закупок в сферах коммерческой деятельности. 9. Особенности организации процесса поставок по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности. 10. Особенности товародвижения по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой

деятельности. 11. Особенности продажи (сбыта) товаров по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности. 12. Сервисное обслуживание, тенденции развития и особенности. 13. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. 14. Коммерческие инновации. 15. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия. 16. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка. 17. Организационная форма субъектов коммерции. 18. Оптовая торговля, ее структура и функции. 19. Розничная торговля, задачи, виды. 20. Функции и структура розничных торговых предприятий. 21. Сущность, классификация, виды коммерческих связей в торговле. 22. Прямые коммерческие связи торговых предприятий с производителями товаров. 23. Роль, значение, сущность оптовых закупок. 24. Структура и содержание договора поставки товаров. 25. Порядок заключения и расторжения договоров. 26. Виды расчетов по договорам. 27. Задачи, значение, сущность оптовой продажи товаров. 28. Методы оптовой продажи товаров. 29. Сущность товародвижения, формы, Звенность. 30. Основные направления коммерческой деятельности в розничной торговле. 31. Задачи, сущность формирования товарного ассортимента. 32. Виды и этапы формирования товарного ассортимента. 33. Роль, сущность, задачи посреднической деятельности. 34. Виды посреднических организаций, их характеристика. 35. Задачи, роль лизинга на современном этапе. 36. Виды лизинга, их характеристика. 37. Лизинговые формы, их функции. 38. Организация лизинговых операций. 39. Регулирование лизинговой деятельности. 40. Показатели экономической эффективности коммерческой деятельности.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1	П-2	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия