

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утвержден решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №11 от 06 июня 2023 г.*

Кафедра «Маркетинг и коммерция»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ
«ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ – 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО
ОТРАСЛЯМ)»**

**УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ – СРЕДНЕЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ**

Махачкала – 2023

УДК 620.2
ББК 30.609

Составитель: Шахшаева Лиана Магомедовна, преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент – Бабаева Джарият Гадживердиевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ДГУНХ.

Внешний рецензент – Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан».

Представитель работодателя - Газиева Жамилат Сайгидмагомедовна, ведущий специалист по центру урегулирования убытков ПАО СК «Росгосстрах», эксперт-представитель работодателя.

Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего образования по специальности СПО 38.02.04. Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014г., № 539, в соответствии с приказом от 24 августа 2022 г. N 762 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»

Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» размещен на официальном сайте www.dgunh.ru.

Шахшаева Л.М. Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» для специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям). – Махачкала: ДГУНХ, 2023 г., 106 с.

Рекомендован к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 05 июня 2023 г.

Рекомендован к утверждению руководителем образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.04 Коммерция (по отраслям), Атаева Т.А.

Одобен на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 30 мая 2023 г., протокол № 10

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств.....	4
I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
1.1. Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2. Компонентный состав компетенций.....	5
II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	9
2.1. Структура фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	9
2.2. Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств.....	11
III. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	18
3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся.....	18
3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся.....	101
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	103

Назначение фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП СПО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ППСЗ; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные студенты должны иметь равные возможности добиться успеха.

Основными параметрами и свойствами ФОС являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной учебной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих учебной дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных средств, входящих в ФОС);
- качество оценочных средств и ФОС в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Перечень формируемых компетенций

**Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения
междисциплинарного курса «Организация коммерческой деятельности»
как часть планируемых результатов освоения образовательной
программы**

Код компетенции	Формулировка /Наименовании компетенции
ОК	Общие компетенции
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК-2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК-3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ПК	Профессиональные компетенции
ПК-1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции
ПК-1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения
ПК-1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы
ПК-1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
ПК-1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование

1.2 Компонентный состав компетенций

Код и формулировка компетенции	Компонентный состав компетенции		
	Знать:	Уметь:	Владеть/ Иметь практический опыт
ОК-1: Выбирать способы решения	сущность своей профессиональной	эффективно организовывать	активность, инициативность в

задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	деятельности, объекты деятельности, основные особенности работы по избранной профессии-31	собственную деятельность и решать профессиональные задачи-У1	процессе решения практических задач и освоения профессиональной деятельностью в целом-В1
ОК-2: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	методы и способы выполнения профессиональных задач; составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности-32	распознавать и оценивать опасности в стандартных и нестандартных ситуациях-У2	-осуществляет выбор и методов и способов решения профессиональных задач-В2; -использует различные методы оценки эффективности собственной деятельности-В3.
ОК-3: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	сущность рисков в торговом деле, критерии их оценки-33	искать и использовать различные источники информации включая электронные, для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития-У2	применяет навыки обнаружения и предотвращения опасности в стандартных и нестандартных ситуациях-В4
ОК-4: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития-34	проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину в профессиональной деятельности-У4	использует стандарты, технические условия, положения и инструкции при решении расчетных и ситуационных задач, практических и лабораторных работ, при написании рефератов и других творческих работ-В5
ПК 1.1: Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	виды договоров и порядок их оформления; порядок составления претензий и санкций-35.	управлять товарными запасами и потоками; работать на складе-У5.	составляет договора; устанавливает коммерческие связи-В5.
ПК 1.7: Применять в коммерческой деятельности методы,	средства и приемы менеджмента,	решать практические	составляет договора; устанавливает

средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	делового и управленческого общения-36.	задачи коммерческой деятельности с помощью приемов статистики, определять статистические величины, показатели вариации и индексы-У6.	коммерческие связи-В6.
ПК 1.8: Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.	приемы статистики, статистические величины, показатели вариации и индексы-37.	управлять товарными запасами и потоками; работать на складе; обеспечивать рациональное перемещение материальных потоков-У7.	применяет приемы статистики для решения практических задач-В7.
ПК 1.9: Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.	типы логистические системы, приемы и методы закупочной и коммерческой логистики-38.	эксплуатировать торгово-технологическое оборудование; применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику-У8.	применяет умения и знания в логистической сфере при решении практических задач, в деловых играх и ситуационных задачах-В8.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения междисциплинарного курса

код компетенции	Этапы формирования компетенций						
	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле	Тема 2. Субъекты коммерческой деятельности	Тема 3. Государственное регулирование коммерческой деятельности	Тема 4. Коммерческие службы торговых организаций	Тема 5. Коммерческая информация и коммерческая тайна	Тема 6. Средства товарной информации	Тема 7. Реклама в коммерческой деятельности
ОК-1	+						
ОК-2	+	+					
ОК-3							
ОК-4					+		
ПК 1.1							

ПК 1.7				+			+
ПК 1.8						+	+
ПК 1.9							
ПК 1.10							

код компетенции	Этапы формирования компетенций						
	Тема 8. Роль и место коммерческой деятельности в организации и товародвижения	Тема 9. Договоры в коммерческой деятельности	Тема 10. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	Тема 11. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	Тема 12. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли	Тема 13. Формирование ассортимента и управление товарным и запасами в торговле	Тема 14. Риски в коммерческой деятельности и ее эффективность
ОК-1							
ОК-2							
ОК-3		+					+
ОК-4							
ПК 1.1		+					
ПК 1.7							+
ПК 1.8							
ПК 1.9	+					+	
ПК 1.10	+		+	+	+		

**II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ
ОЦЕНИВАНИЯ**

**2.1. Структура фонда оценочных средств для текущего контроля
успеваемости и промежуточной аттестации**

№ п/ п	Контролируемые темы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенции	Наименование оценочного средства	
				Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация
1.	Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле	ОК-1 ОК -2	ОК-1: Знать 31 Уметь У1 ОК -2 Знать 32 Уметь У2	Тестовые задания Деловая игра Задача	Экзаменационные вопросы Задачи
2.	Субъекты коммерческой деятельности	ОК-2 ОК -4	ОК -2 Знать 32 Уметь У2 ОК -7 Знать 34 Уметь У4	Тестовые задания Ситуационная задача	Экзаменационные вопросы Задачи
3.	Государственное регулирование коммерческой деятельности	ПК 1.1	ПК 1.1 Знать: 35 Уметь: У5 Иметь практический опыт: ПО6	Тестовые задания Ситуационная задача Кейс	Экзаменационные вопросы Задачи
4.	Коммерческие службы торговых организаций	ОК-4	ОК- Знать: 34 Уметь: У4	Тестовые задания Ситуационная задача Задача	Экзаменационные вопросы Задачи
5.	Коммерческая информация и коммерческая тайна	ОК-4	ОК-4 Знать: 34 Уметь: У4	Тестовые задания Деловая игра Задача	Экзаменационные вопросы Задачи
6.	Средства товарной информации	ПК-1.7 ПК-1.8	ПК 1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6 ПК 1.8 Знать: 37 Уметь: У7 Иметь практический опыт: по 7	Лабораторная работа Тестовые задания Тренинг	Экзаменационные вопросы Задачи
7.	Реклама в	ПК-1.7	ПК 1.7	Тестовые	Экзаменационные

	коммерческой деятельности	ПК-1.8	Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: В5 ПК 1.8 Знать: 37 Уметь: У7 Иметь практический опыт: по 6	задания Тренинг Задача	ионные вопросы Задачи
8.	Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения	ПК-1.1 ПК-1.7	ПК 1. Знать: 35 Уметь: У5 Иметь практический опыт: по 5 ПК-1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6	Тестовые задания Задача Тренинг	Экзаменац ионные вопросы Задачи
9.	Договоры в коммерческой деятельности	ОК-3 ПК-1.1	ОК -3 Знать 33 Уметь У3 ПК 1.1 Знать: 35 Уметь: У5 Иметь практический опыт: по 1	Тестовые задания Кейс Ситуационная задача	Экзаменац ионные вопросы Задачи
10.	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	ПК-1.7	ПК-1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6	Тестовые задания Задача Кейс	Экзаменац ионные вопросы Задачи
11.	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	ПК-1.7	ПК-1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6	Тестовые задания Кейс Задача	Экзаменац ионные вопросы Задачи
12.	Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли	ПК-1.7	ПК-1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6	Тестовые задания Лабораторная работа Тренинг	Экзаменац ионные вопросы Задачи
13.	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле	ПК-1.7	ПК-1.7 Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 6	Деловая игра Задача Тестовые задания	Экзаменац ионные вопросы Задачи
14.	Риски в коммерческой деятельности и ее	ОК-3 ПК-1.7	ОК -3 Знать 33 Уметь У3 ПК-1.7	Тестовые задания Деловая игра	Экзаменац ионные вопросы Задачи

	эффективность		Знать: 36 Уметь: У6 Иметь практический опыт: по 7	Ситуационная задача	
--	---------------	--	--	---------------------	--

2.2. Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся. Итоговая оценка сформированности компетенции(й) обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции(й) по дисциплине складывается из двух составляющих:

первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенций в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

вторая составляющая – оценка сформированности компетенций обучающихся на экзамене (максимум – 30 баллов)

4-балльная шкала	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
балльная шкала	85 и ≥	70-84	51-69	0-50

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	наименование оценочного средства	характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
1	собеседование, устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Круглый стол,	Оценочные средства, позволяющие	Перечень

	дискуссия, полемика, диспут, дебаты, симпозиум	включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
4.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
1	Реферат	Продукт самостоятельной работы аспиранта, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
5	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	комплект контрольных заданий по вариантам
4	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу	Комплект лабораторных заданий
5	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управление преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
6	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задания для решения кейс-задачи
7	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым,	задания по задачам

	заданные условием задачи, на основе чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	
--	---	--

А) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТОВ НА УСТНЫЕ ВОПРОСЫ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1.	1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.	10	отлично
2.	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.	8	хорошо
3.	ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.	5	удовлетворительно
4.	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.	0	неудовлетворительно

Б) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ

№ п/п	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Количество баллов	Оценка
1.	90-100 % правильных ответов	9-10	Отлично (высокий уровень сформированности компетенции) Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
2.	80-89% правильных ответов	7-8	
3.	70-79% правильных ответов	5-6	

4.	60-69% правильных ответов	3-4	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
5.	50-59% правильных ответов	1-2	
6.	менее 50% правильных ответов	0	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)

В) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет	
1	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения.	9-10	Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)	
2	Верное решение, но имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на решение, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. Решение оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию решения.	7-8	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)	
3	Решение в целом верное. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. В работе присутствуют арифметическая ошибка, механическая ошибка или описка при переписывании выкладок или ответа, не исказившие экономическое содержание ответа.	5-6		
4	В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчетах. При объяснении сложного экономического явления указаны не все существенные факторы.	3-4		Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
5	Имеются существенные ошибки в логическом рассуждении и в решении. Рассчитанное значение искомой величины искажает экономическое содержание ответа. Доказаны вспомогательные утверждения, помогающие в решении задачи.	2-3		Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)
6	Рассмотрены отдельные случаи при отсутствии решения. Отсутствует окончательный численный ответ (если он предусмотрен в задаче). Правильный ответ угадан, а выстроенное под него решение - безосновательно.	1		
7	Решение неверное или отсутствует.	0		

Г) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕФЕРАТОВ

№ n/n	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Количество баллов	Оценка
1.	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.	9-10	Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)
2.	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.	7-8	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
3.	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.	4-6	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
4.	Тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.	1-3	
5.	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	0	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)

Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

№ n/n	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Количество баллов	Оценка
1.	Задание выполнено полностью: цель домашнего задания успешно достигнута; основные понятия выделены; наличие схем, графическое выделение особо значимой информации; работа выполнена в полном объеме.	9-10	Отлично (высокий уровень сформированности)

			компетенции)
2.	Задание выполнено: цель выполнения домашнего задания достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объеме.	8-7	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
3.	Задание выполнено частично: цель выполнения домашнего задания достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы.	6-5	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
4.	Задание не выполнено, цель выполнения домашнего задания не достигнута.	менее 5	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)

3) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений	1	
2	умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации	1	
3	умение моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат	1	
4	умение принять правильное решение на основе анализа ситуации;	1	
5	навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;	1	
6	навык критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.	1	
7	адекватность и соответствие ответов специалиста современным тенденциям рынка, конструктивность.	1	
8	креативность, нестандартность предлагаемых решений;	1	
9	количество альтернативных вариантов решения задачи (версионность мышления);	1	
10	наличие необходимых навыков, их выраженность (в	1	

	зависимости от <i>требований</i>).		
	Количество баллов в целом		

И) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

№ п/п	критерии оценивания	Шкала оценок	Оценка
1	исключительные знания, абсолютное понимание сути вопросов, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенные, содержательные, аргументированные и исчерпывающие ответы	Количество баллов	Оценка
2	глубокие знания материала, отличное понимание сути вопросов, твердое знание основных понятий и положений по вопросам, структурированные, последовательные, полные, правильные ответы	28-30	Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)
3	глубокие знания материала, правильное понимание сути вопросов, знание основных понятий и положений по вопросам, содержательные, полные и конкретные ответ на вопросы. Наличие несущественных или технических ошибок	25-27	
4	твердые, достаточно полные знания, хорошее понимание сути вопросов, правильные ответы на вопросы, минимальное количество неточностей, небрежное оформление	22-24	
5	твердые, но недостаточно полные знания, по сути верное понимание вопросов, в целом правильные ответы на вопросы, наличие неточностей, небрежное оформление	19-21	
6	общие знания, недостаточное понимание сути вопросов, наличие большого числа неточностей, небрежное оформление	16-17	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
7	относительные знания, наличие ошибок, небрежное оформление	13-15	
8	поверхностные знания, наличие грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	10-12	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
9	непонимание сути, большое количество грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	7-9	
10	не дан ответ на поставленные вопросы	4-6	Неудовлетворительно (недостаточный уровень)

			сформированности компетенции)
11	отсутствие ответа, дан ответ на другие вопросы, списывание в ходе выполнения работы, наличие на рабочем месте технических средств, в том числе телефона	1-3	
		0	

III. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема № 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. К коммерческим организациям не относятся:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) потребительские кооперативы;
- г) государственные унитарные предприятия.

2. Одним учредителем может быть создано следующая организационно правовая форма предприятия:

- а) общество с ограниченной ответственностью;
- б) производственный кооператив;
- в) ОАО (открытое акционерное общество);
- г) ЗАО (закрытое акционерное общество).

3. По отношению к участникам полного товарищества действует ответственность:

- а) частичная;
- б) в пределах сумм внесенных ими вкладов;
- в) полная;
- г) не действует никакая ответственность.

4. Имеют ли право хозяйственные товарищества и общества выпускать акции:

- а) да;
- б) да, но после 5 лет работы;
- в) нет.

5. Товарищество на вере называют по другому:

- а) полное;
- б) хозяйственное;
- в) командитное;
- г) частичное.

6. По отношению к командистам в товариществе на вере действует ответственность:

- а) частичная;
- б) в пределах сумм внесенных ими вкладов;
- в) полная;
- г) не действует никакая ответственность.

7. В России самой распространенной организационно-правовой формой в настоящее время является:

- а) товарищество на вере;
- б) производственный кооператив;
- в) общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- г) открытое акционерное общество (ОАО);
- д) закрытое акционерное общество (ЗАО).

8. Учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров, а участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных вкладов, называется:

- а) общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- б) общество с дополнительной ответственностью (ОДО).

9. Главной особенностью общества с дополнительной ответственностью является то, что:

- а) оно может быть образовано одним участником;
- б) его участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных вкладов;
- в) его участники солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам общества в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов;
- г) они могут дополнительно принимать вклады от населения.

10. Главным преимуществом акционерных обществ является:

- а) возможность выпускать акции;
- б) возможность привлекать в общество капиталы многих лиц;
- в) акционеры не отвечают по обязательствам общества;
- г) возможность получать дивиденды по акциям.

11. Акционерное общество, акции которого могут свободно продаваться и покупаться без согласия других акционеров, называется:

- а) открытое акционерное общество (ОАО);
- б) закрытое акционерное общество (ЗАО);
- в) зависимое хозяйственное общество;
- г) дочернее хозяйственное общество.

12. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, называется:

- а) открытое акционерное общество (ОАО);
- б) закрытое акционерное общество (ЗАО);
- в) зависимое хозяйственное общество;
- г) дочернее хозяйственное общество.

13. Число акционеров в закрытом акционерном обществе не может быть более:

- а) 25 акционеров;
- б) 50 акционеров;
- в) 75 акционеров;
- г) 100 акционеров.

14. В случае превышения числа участников в закрытом акционерном обществе оно:

- а) должно быть преобразовано в акционерное общество;
- б) должно быть преобразовано в производственный кооператив;
- в) может быть ликвидировано в судебном порядке;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

15. Простая акция дает акционеру право:

- а) получать ежегодно гарантированный доход в фиксированном размере;
- б) голоса на общем собрании акционеров.

16. Привилегированные акции дают право:

- а) получать ежегодно гарантированный доход в фиксированном размере;
- б) голоса на общем собрании акционеров.

17. Доля привилегированных акций в общем объеме выпуска не может быть более:

- а) 10%;
- б) 20%;
- в) 25%;
- г) 50%.

19. Добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов, называется:

- а) хозяйственное общество;
- б) хозяйственное товарищество;
- в) производственный кооператив;
- г) потребительский кооператив.

20. Число членов производственного кооператива должно быть не менее:

- а) 5;
- б) 10;
- в) 15;
- г) 20;
- д) 25.

21. Холдинговые компании и их дочерние предприятия в России могут быть образованы в виде:

- а) закрытого акционерного общества;
- б) открытого акционерного общества;
- в) производственного кооператива;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

22. Холдинговая компания может контролировать свои дочерние компании посредством:

- а) введения в руководство «своего» человека;
- б) покупки контрольного пакета акций;
- в) установления единых цен на продукцию;
- г) установления единых стандартов производства, управления и т.д.

23. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- а) коммерческим организациям;
- б) некоммерческим организациям.

24. Некоммерческой организацией является:

- а) союзы;
- б) ассоциации;
- в) потребительские кооперативы;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

25. Промышленный комплекс, объединяющий различные заводы, комбинаты, часто не связанные или имеющие самые отдаленные технологические и производственные связи друг с другом, называется:

- а) концерн;
- б) конгломерат;
- в) транснациональные концерны (ТНК);
- г) корпорации.

26. Многоотраслевое объединение, концентрирующее в своих руках производство самых разнообразных товаров, многие из которых не имеют ничего общего между собой по своей промышленной технологии, называется:

- а) концерн;
- б) конгломерат;
- в) транснациональные концерны (ТНК);
- г) корпорации.

27. Транснациональные концерны (ТНК) находятся в собственности или под контролем:

- а) предпринимателей одной страны;
- б) предпринимателей разных стран.

28. Подавляющее большинство коммерческих предприятий в России в настоящее время относят к:

- а) малым предприятиям;
- б) средним предприятиям;
- в) крупным;

29. Объединения коммерческих организаций в целях координации предпринимательской деятельности и защиты имущественных интересов называются:

- а) союзы;
- б) ассоциации;
- в) все вышеперечисленные варианты верны.

30. Коммерческая служба промышленного предприятия в России не включает отдел:

- а) маркетинга;
- б) сбыта;
- в) закупок;
- г) внешнеэкономической деятельности;
- д) планово-экономический.

Задание 2. Деловая игра «Создай свой бизнес»

Участникам игры предлагается разработать модель собственного бизнеса, последовательно ответив на все поставленные вопросы. Игра рассчитана на несколько занятий и требует дополнительного сбора информации. По окончании разработки модели бизнеса участникам предстоит провести презентацию своей фирмы, компании и публично защитить все позиции по этой игре.

I. Общая информация о бизнесе

1. Название фирмы (предприятия)

2. Организационно- правовая форма:

3. Цель предприятия:

- основная
- дополнительная
- перспективная

4. Примерные годовые объемы производства (предоставления услуг, проведения работ), ед.

5. Примерная численность работников, чел.

6. Необходимая площадь помещений для ведения бизнеса, м²

- производственная
- офисная

7. Примерный капитал для становления бизнеса (стартовый капитал), тыс. руб.

II. Продукт (услуги, работы)

1. Объем производства (предоставление услуг, проведение работ, продажи товаров)

- годовой
- месячный
- дневной

2. Ассортимент (ассортиментная политика)

3. Расширение ассортимента (ближайшие перспективы)

4. Качественные характеристики

5. Отличие от конкурентов

6. Жизненный цикл товара (назовите стадию цикла вообще)

7. Оценка предпочтительности товара

8. Конкурентоспособность (расчет конкурентоспособности)

III. Потребители (целевая аудитория)

Необходимо определить «портрет» потребителя товаров, услуг или работ вашей фирмы.

Проведите анализ потребителей по следующей форме.

Анализ потребителей

	Структурный состав		
Численность потенциальных потребителей			
Возраст			
Пол			
Национальность (если имеет значение)			
Примерный денежный доход, руб.(годовой, месячный)			
Реальные потребности потребителей в месяц, ед.			
Реальные потребности потребителей в год, ед.			

IV. Спрос и предложение

Необходимо определить размеры предполагаемого спроса и предполагаемого предложения на первый год освоения бизнеса по следующей форме.

Таблица № 2

Анализ спроса и предложения

	Товар 1 (услуги работы)	Товар 2 (услуги работы)	Товар 3 (услуги работы)
1. Емкость рынка, ед.			
2. Тенденции рынка			
3. Соотношение спроса и предложения на рынке			
4. Прогноз объема продаж с учетом конкурентов			
5. Сегмент потребителя / прирост на период			
6. Тенденции изменений спроса, ед.			
7. Изменение тенденций факторов спроса (назовите несколько)			
8. Оценка эластичности спроса			

V. Фирменный стиль

Для более полного осмысления имиджа вашей фирмы попробуйте обозначить ее фирменный стиль и отдельные элементы рекламной деятельности в взаимосвязи с целями предприятия.

6. Название фирмы
7. Девиз фирмы
8. Логотип (нарисуйте)
9. Фирменный цвет (цвета)
10. Рекламный блок:
 - а. цели рекламы:
 - агрессивная;
 - информационная;
 - привлекательная;
 - создайте скетч для радио;
 - напишите сценарий видеоролика для телевидения.

VI. Конкуренция

Необходимо определить позиции конкурентов на рынке и в том числе по отношению к вашему бизнесу. Проведите анализ конкурентов по следующей форме (при наличии информации). Дополнительно проведите SWOT-анализ.

Анализ конкуренции

	Конкурент № 1	Конкурент № 2	Конкурент № 3
1. Объемы производимой продукции, предоставленных услуг, проведенных работ			
2. Уставной капитал, тыс. руб.			
3. Получаемая прибыль, тыс. руб.			
4. Количество клиентов, чел.			
5. Группы обслуживаемых потребителей, ед.			
6. Доля рынка, %			
7. Стратегия развития (виды предоставляемого товара, услуг, в том числе перспективные)			
8. Цены на товары, услуги, работы			
9. Скидки на товары и их периодичность (перечислить)			
10. Мероприятия по продаже товаров и их продвижению			
11. Преимущества конкурентов			
12. Недостатки конкурентов			
13. Прогноз развития конкуренции			

Дополнительно можно провести расширенный SWOT-анализ (сильные, слабые стороны конкурентов) в ценовой политике, ассортиментной политике, технологий, продвижению товаров на рынке.

При анализе используйте все доступные источники информации: СМИ (местные, региональные), интернет, личный контакт под видом потребителя, статистические данные, иную информацию.

VII. Организация продаж

Попытайтесь предположить каковы будут условия продаж вашего бизнеса – организовать реализацию товара, ответив последовательно на поставленные вопросы.

Таблица № 4

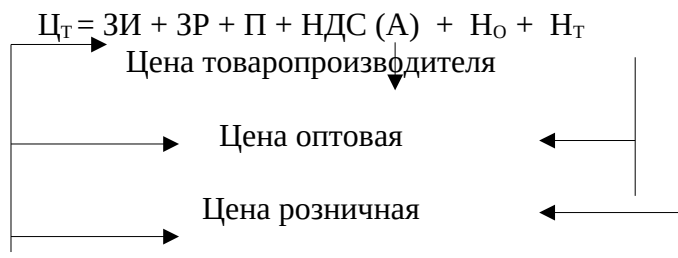
Организация продаж

Условия продаж	Вариант 1	Вариант 2
1. Объемы продаж, ед., в том числе: - собственная торговая точка; - другие источники реализации;		
2. Численность продавцов, чел.		
3. Посменность продавцов, см.		
4. Каналы распространения товаров услуг		
5. Посредники		
6. Кто осуществляет транспорт (доставка, погрузка, партнеры по бизнесу)		
7. Уровень обслуживания, %		
8. Складские запасы		
7. Нестандартные варианты продаж: - персональная продажа; - продажа по заявкам; - выставка продажи;		

- организация демонстрационного зала; - гарантийное и постгарантийное обслуживание; - сервисные центры;		
---	--	--

VIII. Цена и ценообразование

На этой стадии разработки модели вашего бизнеса необходимо обосновать цену товара, услуги, используя все известные вам методы. Расчет можно произвести по следующей формуле:



Для того чтобы рассчитать цену вашего товара и обосновать политику ценообразования (выбора метода ценообразования) необходима глубокая проработка этого вопроса, проведения анализа цен:

- цели ценообразования вашего бизнеса;
- методы ценообразования (затратный, затратно-маркетинговый, метод следования конкурентам и т. д.)
- политика ценообразования;
- гибкость цены и уровень цен в течении жизненного цикла товара;
- зависимость цены от спроса и предложения (график)
- дополнительно разработайте систему скидок (виды скидок, сроки, условия предоставления скидок, инновации по скидкам) по следующей форме

Таблица № 5

Скидки на товары

Виды скидок	Цена товара, ед., руб.	Объем товара, услуги, ед.	% скидки	Сроки действия скидки	Окупаемость скидки, %
1.					
2.					
3.					
4.					

IX. Затраты

Рассчитайте примерные затраты (годовые) на первый год освоения бизнеса.

Таблица № 6

Затратный механизм

Затраты	Сумма, руб.
1. Заработная плата работника	
2. Сырье и материалы	
3. Амортизация ОС	
4. Услуги ЖКХ	
5. Маркетинговые расходы, в том числе реклама	
6. % за кредит	
7. Прочие расходы	
8. Административные расходы	

Полученную сумму разделите на годовой объем работ получите примерные затраты на единицу (при одном виде товара). В случае если ваше предприятие производит, предоставляет несколько видов – значит необходимо производить по каждому виду товаров (услуг).

Задание 3. Задача расчетного характера

Фирма планирует продажу плакатов для туристов по 3,5 \$ США за штуку. Она может приобретать плакаты у оптовика по 2,1\$ США и возвращать непроданные товары за полную стоимость. Аренда плаката обойдется в 70\$ США в неделю.

Ответьте на следующие вопросы:

1. Каков порог рентабельности?
2. Каким станет порог рентабельности, если арендная плата повысится до 105\$ США?
3. Каким будет порог рентабельности, если удастся увеличить цену реализации до 3,85\$ США?
4. Сколько плакатов должно быть продано для получения прибыли в сумме 490\$ США в неделю?
5. Какой запас финансовой прочности имеет данный бизнес при сумме прибыли 490\$ США?

Тема №2. Субъекты коммерческой деятельности

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 25 минут.

A1. По формам собственности предпринимательство может быть:

1. индивидуальное
2. коллективное
3. государственное

A2 . По виду или назначению предпринимательство может быть:

1. муниципальное
2. коллективное
3. коммерческое

A3. По количеству собственников предпринимательство может быть:

1. производственное
2. арендное
3. индивидуальное

A4. Предпринимательская деятельность это:

1. индивидуальная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленных на получение прибыли в рамках закона
2. деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли
3. индивидуальная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли

A 5. Производственное предпринимательство не включает:

1. инновационное предпринимательство
2. оказание услуг
3. товарные биржи

A 6. Коммерческое предпринимательство включает:

1. торговое предпринимательство
2. научно-техническое предпринимательство
3. фондовые биржи

A7. Финансовое предпринимательство не включает:

1. страховое предпринимательство

2. аудиторское предпринимательство
3. торгово-закупочное предпринимательство

A8. Решение о регистрации или отказе в регистрации предприятия должно быть принято не позднее чем:

1. в месячный срок
2. в 15-ти дневный срок
3. в течение 30 дней

A9. Под субъектом малого предпринимательства понимается:

1. коммерческая организация, в уставном капитале которой доли участия других организаций не превышает 35%;
2. коммерческая организация, в уставном капитале которой доля участия других организаций не превышает 25% и средняя численность работников не превышает 100 человек;
3. организация, средняя численность работников за отчетный период составляет от 30 до 100 человек

A10. Протокол №1 собрания участников общества не содержит:

1. назначение директора
2. председателя ревизионной комиссии
3. размер уставного капитала

A11. Отказ в регистрации предприятия не возможен в случае:

1. нарушение уставленного законом порядка создания предприятия
2. несоответствия учредительных документов требованиям законодательства РФ
3. экономической нецелесообразности производства данного продукта

A12. Регистрация индивидуального предпринимателя должна быть произведена не позднее чем _____ с момента подачи заявления.

1. в месячный срок
2. в день предоставления документов
3. в течение 30 дней

A13. К субъектам малого предпринимательства относятся:

1. физические лица без образования юридического лица;
2. юридические лица, в которых численность работников не превышает 100 человек

A14. Юридическое лицо должно обладать в совокупности характерными признаками (отметить лишнее):

1. наличием обособленного имущества
2. способностью отвечать по обязательствам своим имуществом
3. способностью выступать в имуществе обороте от своего имени
4. возможностью предъявлять иски и выступать в качестве ответчика в суде, арбитражном суде
5. способностью выступать в торговом обороте от своего имени

A15. Меры государственной поддержки малого предпринимательства:

1. льготное кредитование;
2. предоставление налоговых льгот;
3. премии предпринимателем за высокие показатели;
4. предоставление государственного запаса;
5. аренда недвижимости на льготных условиях
6. предоставление социальных льгот;
7. содействие в подготовке и переподготовке кадров;
8. предоставление оборудования в лизинг.

B1. Предельный уровень средней численности работников (человек) в малых предприятиях (распределить в соответствии)

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 1. в промышленности | 60 |
| 2. в строительстве | 50 |
| 3. на транспорте | 30 |
| 4. в сельском хозяйстве | 30 |
| 5. в научно-технической сфере | 50 |
| 6. в оптовой торговле | 100 |
| 7. в розничной торговле | 100 |
| 8. в бытовом обслуживании | 100 |
| 9. в остальных отраслях | 60 |

В2. На праве учредителей в отношении юридических лиц или их имущества, юридические лица могут быть: (соединить в пары)

- | | |
|--|--|
| 1. юридические лица, в отношении которых их участники имеют обязательственные права | 1. Государственные, муниципальные, дочерние предприятия |
| 2. юридические лица, на имущество которых их учредители имеют право собственности, или иначе, вещное право | 2. Общественные, религиозные организации, благотворительные и иные фонды |
| 3. юридические лица, в отношении которых их учредители не могут иметь никаких имущественных прав | 3. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы |

В3. Производственный кооператив может быть добровольно реорганизован в хозяйственное товарищество или общество _____ его членами или ликвидирован

1. по единогласному решению
2. простым большинством голосов

В4. Минимальное число членов предприятия составляет: (соединить в пары)

- | | |
|---|------------------|
| 1. общество | 1. 5 человек |
| 2. кооператив | 2. не ограничено |
| 3. индивидуальный частный предприниматель | 3. 1 человек |

В5. Кто из участников отвечает своим личным имуществом по долгам предприятия:

1. вкладчики
2. акционеры
3. полные товарищи

Задание 2. Ситуационная задача

Индивидуальный предприниматель Глебов, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, был признан несостоятельным (банкротом). После завершения процедуры банкротства к предпринимателю были предъявлены требования:

По уплате алиментов в отношении несовершеннолетнего ребенка.

По возмещению вреда здоровью пешехода, причиненного автотранспортным средством, принадлежащим Глебову, управлял которым в момент дорожно-транспортного происшествия водитель, с которым был заключен трудовой договор и который перевозил грузы для предприятия, принадлежащего Глебову

По возмещению вреда причиненного в результате неисправности системы отопления и водоснабжения соседу, проживающему этажом ниже.

Предприниматель Глебов отказался удовлетворить предъявленные требования, за исключением требования по уплате алиментов, ссылаясь на то, что предприниматель, признанный банкротом, освобождается от исполнения оставшихся обязательств и у него отсутствуют денежные средства и имущество для выплаты возмещения.

Кредиторы обратились в суд.

Несет ли предприниматель ответственность по требованиям, не заявленным в ходе процедуры несостоятельности (банкротства)?

Какие требования, предъявленные после признания предпринимателя банкротом, сохраняют свою силу?

Какое решение должен принять суд?

Задание 3. Деловая игра

«Требования

к предпринимателю (лидеру фирмы)»

Принимая решение и контролируя работу подчиненных, руководитель действует в соответствии с существующим законодательством и уставом фирмы. Однако каждый руководитель проявляет при этом свою индивидуальность и использует характерные для него способы действий в управленческом процессе, свой стиль руководства. Стиль формируется всей совокупностью социальных и моральных отношений в коллективе, но именно руководитель, на каком бы уровне он ни находился, осуществляет воспитательную работу с подчиненными.

Работа по управлению требует особых свойств: можно быть сильным агитатором и совершенно не пригодным администратором. Чтобы управлять, нужно быть компетентным, нужно до точности знать условия производства, иметь достаточно высокий уровень образования.

Цель игры

На предварительном этапе игры излагаются:

- ✦ принципы подбора, оценки и расстановки кадров;
- ✦ способы работы с кадрами, их рационального использования с учетом профессионального уровня, компетентности, личных наклонностей;
- ✦ система подготовки и переподготовки кадров.

Преподаватель напоминает студентам о том, какие требования предъявляются к руководителю на современном этапе. Устанавливается, что в рамках проводимой игры эти требования будут рассматриваться без учета должности, места в иерархической системе и профессиональной направленности.

Сценарий игры

Преподаватель формирует из студентов команды по 4 человека в каждой и организует выборы лидеров в подгруппах.

Отдельно следует остановиться на регламентации игры времени, выделяемом на те или иные процедуры, а также на выступлениях лидеров. Студенты подробно информируются о системе оценки их работы, применяемых критериях и принципах, способах определения победителей.

Система оценки

Все основные действия (выполняемые работы) команд подлежат оценке. В частности, в ходе игры предусмотрено выставление следующие баллы командам и их лидерам:

- ✦ за подготовку материалов, осуществляемую каждым членом команды самостоятельно, по первоначальному формированию перечня основных требований к руководителю (проставляется самой командой): от 4 баллов за первое место до 1 за последнее;
- ✦ за подготовку командой в целом сводных материалов по основным требованиям и защиту своей позиции перед студентами (проставляются командами в зависимости от данного той или иной команде места): от 6 баллов за первое место до 1 за последнее. Баллы получает вся команда и каждый ее член (при третьем месте -4 балла, каждый член команды также получает по 4 балла);

- ✦ за интересный нестандартный подход к решению проблемы, многовариантность и многоплановость рассмотрения вопроса. Каждая подгруппа имеет 2 поощрительных балла и может дать оба одной из команд либо по одному баллу двум командам. Эти баллы также распространяются на всех членов команды;
- ✦ за интересные по существу вопросы, задававшиеся при обсуждении предложений той или иной команды (подгруппа может дать одному или двум участникам игры (персонально) закрепленные за ней в этих целях два балла);
- ✦ за выборы лидера команды. Один балл присуждается персонально избранному лидеру команды;
- ✦ за активное участие в игре. Данные баллы выставляются преподавателем из расчета 2 баллов для командного поощрения (одна или две команды - 2 или 1 балл) и из расчета 3 баллов для персонального поощрения (для одного - 3 балла, для 2-2 или 1 балл, для 3 играющих - по 1 баллу). Баллы учитываются счетчиком - помощником преподавателя (отдельно: игрок и команда) и служат для определения групповых персональных победителей деловой игры.

Порядок проведения игры

1. Каждой из команд дается поручение разработать набор требований к руководителю:
 - ✦ команда № 1 - "Морально-этическая характеристика руководителя": руководитель должен быть ...;
 - ✦ команда № 2 - "Дисциплина и отношение к труду";
 - ✦ команда № 3 - "Уровень знаний и организаторские способности";
 - ✦ команда № 4 - "Обеспечение эффективной работы";
 - ✦ команда № 5 - "Черты характера";
 - ✦ команда № 6 - "Социально-психологическое направление".

На первом этапе каждый член команды работает над составлением перечня требований к руководителю самостоятельно. Затем команда выносит коллективное решение: какой перечень может быть признан лучшим (1-е место - 4 балла), какой займет второе место и т.д. Одинаковые места присуждать запрещается. Результаты работы (баллы с Ф.И.О. студентов и номером команды) сообщаются преподавателю (счетчику), и данный этап завершается.

2. Команды под руководством лидера обобщают перечни и подготавливают сводный материал. Разработанный внутри команды перечень требований по заданному направлению переписывается на отдельный бланк для ознакомления с ним других подгрупп.
3. Команды по часовой стрелке передают из подгруппы в подгруппу оформленные бланки. Лидер подгруппы организует обсуждение переданного материала и перенесение изложенных в нем требований на лист сводных требований. Таким образом, к концу этапа у каждой команды есть общий список требований с указанием, какая его часть какой командой разработана. Подгруппы анализируют правильность и четкость изложения требований, готовятся защищать свою точку зрения, а также готовят вопросы к другим командам.
4. Лидеры каждой из команд выступают с краткими сообщениями по подготовленным подгруппой материалам, обосновывают позицию подгруппы, отвечают на вопросы представителей других команд. В ходе выступлений преподаватель фиксирует на доске принятые всеми командами варианты требований, составляя единый откорректированный перечень качеств к руководителю по заданным направлениям.
5. В завершении этапа каждая команда оценивает (расставляет по недублирующимся местам с 1-го по 5-е места) итоги работы других подгрупп. Оценка для своей команды не проставляется. Подгруппа, набравшая наименьшую сумму мест, получает наибольшее количество баллов - 6. Вторая по сумме мест команда получает 5 баллов и т.д.

6. На заключительном этапе игры команды выставляют поощрительные баллы другим подгруппам за интересные, нестандартные подходы к решению проблемы, а также баллы (персонально) тем участникам, которые задавали наиболее деловые и конструктивные вопросы. Информация о распределении баллов передается счетчику, который одновременно с подсчетом и занесением данных в журнал контролирует правильность проставления оценок. В этот же период дополнительные баллы получают и лидеры команды.

Свои оценки (баллы) сообщает с краткими комментариями и преподаватель.

После окончания подсчета организатор игры объявляет ее итоги как в личном, так и в командном зачете.

Подведение итогов деловой игры

Преподаватель, ведущий деловую игру, разбирает ее ход, акцентируя внимание студентов как на правильных, так и на ошибочных решениях. С помощью перечня, записанного на доске, преподаватель разъясняет соотношение и взаимосвязь требований, указывает на их полноту или на недостаточный охват проблемы.

Предлагает студентам переписать в тетради разработанный всей группой перечень требований к руководителю, обдумать его и к следующему занятию попробовать дополнить и откорректировать.

Подготовленный в ходе деловой игры перечень требований к руководителю, подтвержденный статистикой, может иметь и практическое значение для разработки разного рода методических материалов, проведения аттестации руководителей и других категорий работников.

Результаты игры могут быть использованы и при проведении других деловых игр, таких, как оценка качеств других категорий работников, самооценка, сравнение руководителей различных организационных структур.

Тема № 3. Государственное регулирование коммерческой деятельности

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

- 1. Отсутствие у потребителя кассового чека является основанием для отказа в удовлетворении требований (о замене товара, возврате денег и т.д.)**
 - а) да
 - б) нет
- 2. Закон «О защите прав потребителей» закрепляет за представителями торговли право досмотра личных вещей покупателя на выходе**
 - а) да
 - б) нет
- 3. Срок, по истечении которого товар непригоден для использования –это**
 - а) срок службы
 - б) гарантийный срок
 - в) срок годности
- 4. При ремонте товаров длительного пользования, вышедших из строя во время гарантийного срока, продавец обязан предоставить покупателю на период ремонта аналогичный товар**
 - а) в день обращения
 - б) в течение 3 дней
 - в) в течение 7 дней
- 5. В вышеупомянутом случае доставка товара производится**
 - а) за счет продавца
 - б) за счет потребителя
- 6. Требование о предоставлении аналогичного товара не распространяется на**

а) стиральные машины

б) СВЧ-печи

в) электробритвы

7. Требование о соразмерном уменьшении цены товара должно быть удовлетворено в течение

а) 5

б) 10

в) 15 дней

8. Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар, если он не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации – в течение

а) 7

б) 10

в) 14 дней

9. При отсутствии аналогичного товара требование покупателя о возврате суммы должно быть удовлетворено в срок

а) 3

б) 5

в) 7 дней

10. При возврате товара потребитель вправе требовать возврата

а) только уплаченной суммы

б) кроме возврата уплаченной суммы также разницу между прежней ценой и ценой товара на момент добровольного или принудительного удовлетворения такого требования.

11. Какие из источников правового регулирования характерны только для регулирования отношений, возникающих при осуществлении предпринимательской деятельности?

а) обычаи делового оборота

б) международные договоры

в) общепризнанные принципы международного права

г) нормы иностранного права

12. Какие из перечисленных видов правовых актов обладают высшей юридической силой?

а) подзаконные нормативные правовые акты

б) законы

в) законы и подзаконные нормативные правовые акты субъектов федерации

г) нормативные правовые акты органов местного самоуправления

13. Подзаконным актам, регулирующим, в том числе предпринимательские отношения, является...

а) Кодексы

б) Конституция

в) Постановления Правительства

г) Федеральные законы

14. Имеют ли нормативные правовые акты, регулирующие предпринимательские отношения, обратную силу?

а) нет, не имеют

б) да, имеют

в) да, только в случаях, когда это прямо предусмотрено законом

г) да, только по решению суда

15. Применение аналогии закона к отношениям, возникающим в связи с осуществлением предпринимательской деятельности...

а) допускается только к области финансового права

б) допускается только к области административного права

в) нет, не допускается

d) допускается, но лишь к отношениям, регулируемым гражданским правом

16. В случае если международным договором РФ установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены внутренним законодательством, регулирующим предпринимательские отношения...

- a) применяются правила гражданского законодательства РФ
- b) применяются правила международного договора
- c) применяются правила гражданского законодательства РФ или международного договора по решению суда
- d) вопрос не урегулирован законодательством

17. В случае если обычай делового оборота противоречит законодательству

- a) применяется обычай делового оборота
- b) обычай делового оборота не применяется
- c) применяется обычай делового оборота по прямому указанию государственного органа
- d) применяется обычай делового оборота по решению суда

18. Федеральный закон вступает в силу...

- a) по истечении 10 дней после дня первой публикации, если иной порядок не предусмотрен в самом законе
- b) по истечении 7 дней после дня первой публикации, если иной порядок не предусмотрен в самом законе
- c) с момента принятия Государственной Думой ФС РФ
- d) с 1-го числа месяца, следующего за месяцем официального опубликования закона

19. В случае противоречия Указа Президента РФ, регулирующего предпринимательские отношения, Гражданскому кодексу РФ применяется...

- a) Гражданский кодекс РФ
- b) Указ Президента РФ
- c) Верховный Суд РФ может применить по выбору Указ Президента РФ или Гражданский кодекс РФ
- d) вопрос законодательством не урегулирован

Задание 2. Ситуационная задача

Юридическая консультация № 26 Коллегии адвокатов города Москвы обратилась в Арбитражный суд города Москвы с иском к открытому акционерному обществу «Общешэкспорт» о взыскании задолженности за предоставленные на основании договора от 29.06.2000г. № 14-Юр/2000 адвокатские услуги и процентов за пользование чужими денежными средствами в соответствии со статьей 395 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Решением от 26.06.01г. исковые требования удовлетворены в полном объеме.

При рассмотрении дела в вышестоящем суде выяснилось, что, принимая решение об удовлетворении исковых требований, судом не учтено, что иск по настоящему делу заявлен 16.05.01г., в то время как определением Арбитражного суда города Москвы от 07.12.2000г. по другому делу (№ А40-43423/00-95-71Б) в отношении ОАО «Общешэкспорт» возбуждено дело о признании его несостоятельным (банкротом) и введено наблюдение, в связи с чем решение суда первой инстанции было отменено.

Каковы последствия возбуждения дела о признании должника несостоятельным (банкротом)?

Вправе ли кредиторы должника, в отношении которого возбуждено дело о признании его несостоятельным (банкротом), обращаться с иском к должнику в арбитражный суд в целях удовлетворения своих требований в индивидуальном порядке?

Правильно ли поступил суд вышестоящей инстанции, отменив решение нижестоящего суда?

Задание 3. Кейс-ситуации

1. Российское акционерное общество обратилось в арбитражный суд г. Москвы с иском к болгарской фирме. Между российским акционерным обществом и болгарской фирмой был заключен договор поставки. В соответствии с условиями договора болгарская сторона обязалась поставить партию парфюмерно-косметической продукции. Ассортимент товара был определен специальным протоколом, являвшимся неотъемлемой частью договора, и отступления от согласованного перечня в одностороннем порядке не допускались. Оплата товара должна была быть произведена после его приемки по количеству и качеству покупателем.

Актом приемки товара было установлено, что болгарская сторона нарушила условия протокола, в одностороннем порядке изменив ассортимент парфюмерной продукции. На требование покупателя заменить товар на товар, согласованный в протоколе, продавец ответил отказом.

Истец, излагая обстоятельства дела, ссылаясь на нормы Гражданского кодекса Российской Федерации. Ответчик же обосновывал свои возражения на основе положений Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров (1980).

Какие нормативные акты подлежат применению при решении данного спора?

Применяются ли в Российской Федерации нормы международных договоров?

Какое решение должен принять суд?

2. Фирма, зарегистрированная в Турции, обратилась в арбитражный суд с иском к российскому акционерному обществу. Российским торговым предприятием (покупателем) в июле 2003 года был заключен внешнеторговый контракт с этой фирмой (продавцом) на поставку товара.

Стороны при заключении сделки в письменной форме договорились, что поставка товара будет осуществляться на условиях СИФ (морская перевозка) в редакции Инкотермс-2000. При этом обязанность по оплате фрахта до пункта назначения и по страхованию сделки возлагалась на продавца - иностранную фирму. Фактически перевозка осуществлена на условиях FOB - продавец поставку не страховал. В пути товар был испорчен попаданием морской воды во время шторма. Покупатель, получив товар в негодном состоянии, счел это виной продавца, который односторонне изменил базисные условия поставки с СИФ на FOB, что, в свою очередь, привело к ненадлежащему исполнению обязательств по сделке.

Иностранная фирма настаивала, что двустороннее изменение договора имело место. В качестве доказательства приводились следующие обстоятельства: продавец отправил по факсу оферту с предложением снизить цену контракта; покупатель в телефонных переговорах согласился с этим предложением. В результате телефонных переговоров продавец счел возможным зафрахтовать судно на условиях FOB и не страховать сделку. Российское предприятие отрицало факт устного согласия на изменение условий контракта.

Применяются в Российской Федерации обычаи при регулировании отношений, возникающих в связи с осуществлением предпринимательской деятельности?

К какому источнику правового регулирования относятся условия «Инкотермс- 2000»?

В каких случаях применяются условия «Инкотермс-2000»?

Как суд должен решить спор?

Тема № 4. Коммерческие службы торговых организаций

Задание 1. Ситуационная задача

В процессе деятельности коммерческим работникам приходится сталкиваться с огромным информационным потоком. Значимость той или иной информации часто зависит от опыта предпринимателя. Начинаящий коммерсант, желающий закупить оптовую партию товаров, чаще всего пользуется информацией рекламного характера. Наиболее распространены объявления о товарном предложении, содержащиеся в средствах массовой информации: газетах, журналах, по радио, телевидению и т.п. («Коммерческие предложения», «Товары со склада», «Купи продай», «Оптовый рынок Сибири», «Товары и цены», «Реклама», «Доска объявлений», местные издания). Студенту предлагается собрать, обобщить и проанализировать информацию не менее чем о трех предложениях конкретного товара простого ассортимента, чтобы товар был однородным (сахар, мука, масло подсолнечное или сливочное, мыло хозяйственное, яйцо, цемент, мясо говяжье, рис и т.п.). Конкретные условия продажи товаров, выдвигаемые рекламодателем, выясняются студентом по телефону. Студент выступает в роли мелкооптового покупателя.

Задание оформляется заполненной таблицей с обоснованием ваших предпочтений избранному поставщику.

Таблица.

Анализ коммерческих предложений (указать по какому товару)

Наименование поставщика	Форма собственности	№ телефона, почтовый адрес	Минимальная партия	Цена за единицу	Место нахождения товара	Характеристика товара	Способ отгрузки	Срок поставки	Условия оплаты
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

По товару дать конъюнктурный обзор состояния торговли им по месту жительства студента. В конъюнктурном обзоре следует отразить:

1. Соотношение спроса и предложения на товар.
2. Основные источники предложения товара (местные или иногородние, отечественные или импортные).
3. Конкуренция в предложении и в удовлетворении спроса местного населения.
4. Изменения, происходящие в спросе и предложении, и причинная связь их.
5. Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности: договорные отношения, условия поставок, согласование сроков и размеров поставок, условия оплаты, имущественная ответственность за неисполнение условий поставок, уступки и льготные условия поставщиков, информационное сопровождение поставок (прайс-листы), приоритетность стороны в договоре поставки и т.п.
6. Состояние товарных запасов, оборачиваемость в днях, своевременность пополнения, бесперебойность в торговле, ритмичность в завозе.
7. Качество и сертификация реализуемых товаров, соблюдение сроков реализации.
8. Состояние розничной торговли данным товаром (постоянство в предложении, методы и условия продажи, услуги, ценовая конкуренция, рекламное сопровождение и т.п.).
9. Меры, принимаемые торговыми предприятиями, по активизации продажи.
10. Мнения покупателей о торговом обслуживании.
11. Прогноз торговой конъюнктуры на ближайший период.

Задание 2. Выполнить тестовое задание

Время контроля: 15 минут.

- 1. Наиболее эффективный путь изучения коммерции:**
 - а) использование собственного практического опыта работы в коммерции
 - б) профессиональное обучение с использованием собственного опыта
- 2. Наиболее важные для деятельности коммерсанта профессиональные качества:**
 - а) умение налаживать выгодные коммерческие связи
 - б) наличие коммерческой инициативы, самостоятельности и предприимчивости
- 3. Вы больше полагаетесь в своей коммерческой деятельности на:**
 - а) интуицию, ум
 - б) умение рассчитать результаты коммерческой деятельности, и на их основе предвидеть будущие последствия своих действий
- 4. Вы готовы рисковать при проведении коммерческой операции**
 - а) идя на любой риск для достижения поставленной цели
 - б) рискуя, но просчитав все возможные последствия
- 5. Вы считаете наиболее правильным для достижения коммерческого успеха:**
 - а) честность, надежность, верность данному слову
 - б) не упустить выгодный момент и возможность добиться успеха
- 6. Для вас приемлемо в отношениях с конкурентами**
 - а) стараться опередить партнера во всем
 - б) найти пути к взаимовыгодному сотрудничеству
- 7. Для достижения коммерческого успеха вы**
 - а) идете шаг за шагом к заранее намеченной коммерческой цели
 - б) используете все дозволенные средства
- 8. Для расширения коммерческой деятельности вы предпочитаете**
 - а) накопление собственных средств
 - б) привлечение средств компаньона
- 9. Организуя новое коммерческое дело, вы предпочитаете кредит**
 - а) минимально необходимый
 - б) максимально допустимый
- 10. Вы предпочитаете поддерживать разницу между закупочной и продажной ценой**
 - а) большую
 - б) меньшую
- 11. Перспективнее коммерсант**
 - а) умело ведущий торги
 - б) быстро идущий на компромисс
- 12. Вы снижаете коммерческий риск**
 - а) занимаясь несколькими направлениями по снижению риска
 - б) стремясь, чтобы ваши коммерческие действия были вне конкуренции
- 13. Понятие «коммерция» означает:**
 - а) торговую деятельность
 - б) любую деятельность, приносящую доход
 - в) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли
- 14. В чем отличие предпринимательства от коммерции:**
 - а) нет отличий
 - б) предпринимательство - это производственная деятельность
 - в) коммерция – это вид торгового предпринимательства.
- 15. К коммерческим процессам относятся:**
 - а) погрузка - разгрузка
 - б) хранение
 - в) изучение и прогнозирование спроса
 - г) подсортировка товаров
 - д) заключение договоров на поставку товаров
 - е) рекламно - информационная работа.

16. Какая форма товародвижения более характерна для товаров сложного ассортимента:

- а) складская
- б) транзитная

17. Объектами коммерческой деятельности являются:

- а) товары и услуги
- б) товары и их потребительная стоимость
- в) торговые предприятия

18. Способность своими действиями приобретать права, создавать юридические обязанности и отвечать за совершенные правонарушения – это:

- а) правоспособность
- б) дееспособность

19. Как называется высший орган управления АО:

- а) правление
- б) Генеральный директор
- в) общее собрание акционеров
- г) Совет директоров

20. Акционерное общество, которое не имеет права проводить подписку на акции, а может распределять их только среди учредителей – это:

- а) ОАО
- б) ЗАО
- в) ООО

21. Юридическое лицо, которое не вправе продавать имущество, сдавать его в аренду, закладывать или иным способом распоряжаться без согласия собственника имеет это имущество:

- а) в хозяйственном ведении
- б) оперативном управлении

22. Сроки наступления дееспособности по ГК РФ:

- а) 18 лет
- б) 20 лет
- в) 14 лет

Задание 3. Задача расчетного характера

Имеются следующие данные по предприятию:

Уставной капитал (обыкновенные акции номиналом 10 тыс. руб.)	1800000 тыс. руб.
Чистая прибыль	630000 тыс. руб.
Сумма выплаченных дивидендов	300000 тыс. руб.
Эмиссионная премия	200000 тыс. руб.
Накопленная прибыль	720000 тыс. руб.
Стоимость покупки одной акции	11000 тыс. руб.
Стоимость продажи одной акции	16000 тыс. руб.

Найти коэффициент рыночной активности предприятия: прибыльность одной акции, соотношение цены и прибыли на одну акцию, норма дивиденда на одну акцию, доходность акции с учетом курсовой стоимости акции, балансовая стоимость акции, доля выплаченных дивидендов.

Тема №5. Коммерческая информация и коммерческая тайна

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. Незаконный сбор, присвоение и передача сведений составляющих коммерческую тайну, наносящий ее владельцу ущерб, - это...

- 1) политическая разведка;
- 2) промышленный шпионаж;

- 3) добросовестная конкуренция;
- 4) конфиденциальная информация;
- 5) правильного ответа нет.

2. Какая информация является охраняемой внутригосударственным законодательством или международными соглашениями как объект интеллектуальной собственности ?

- 1) любая информация;
- 2) только открытая информация;
- 3) запатентованная информация;
- 4) закрываемая собственником информация;
- 5) коммерческая тайна.

3. Кто может быть владельцем защищаемой информации?

- 1) только государство и его структуры;
- 2) предприятия акционерные общества, фирмы;
- 3) общественные организации;
- 4) только вышеперечисленные;
- 5) кто угодно.

4. Какие сведения на территории РФ могут составлять коммерческую тайну?

- 1) учредительные документы и устав предприятия;
- 2) сведения о численности работающих, их заработной плате и условиях труда;
- 3) документы о платежеспособности, об уплате налогов, о финансово-хозяйственной деятельности;
- 4) другие;
- 5) любые.

5. Какие секретные сведения входят в понятие «коммерческая тайна»?

- 1) связанные с производством;
- 2) связанные с планированием производства и сбытом продукции;
- 3) технические и технологические решения предприятия;
- 4) только 1 и 2 вариант ответа;
- 5) три первых варианта ответа.

6. Что называют источником конфиденциальной информации?

- 1) объект, обладающий определенными охраняемыми сведениями, представляющими интерес для злоумышленников;
- 2) сведения о предметах, объектах, явлениях и процессах, отображаемые на каком-либо носителе;
- 3) доступ к информации, нарушающий правила разграничения доступа с использованием штатных средств, предоставляемых средствами вычислительной техники;
- 4) это защищаемые предприятием сведения в области производства и коммерческой деятельности;
- 5) способ, позволяющий нарушителю получить доступ к обрабатываемой или хранящейся в ПЭВМ информации.

7. Как называют процессы обмена информацией с помощью официальных, деловых документов?

- 1) непосредственные;
- 2) межличностные;
- 3) формальные;
- 4) неформальные;
- 5) конфиденциальные.

8. Какое наиболее распространенное действие владельца конфиденциальной информации, приводит к неправомерному овладению ею при минимальных усилиях со стороны злоумышленника?

- 1) хищение носителей информации;
- 2) использование технических средств для перехвата электромагнитных ПЭВМ;

- 3) разглашение;
- 4) копирование программой информации с носителей;
- 5) другое.

9. Каким образом происходит разглашение конфиденциальной информации?

- 1) утеря документов и других материалов, или пересылка их посредством почты, посылного, курьера;
- 2) опубликование материалов в печати;
- 3) сообщение, передача, предоставление в ходе информационного обмена;
- 4) все вышеперечисленные способы;
- 5) правильного варианта ответа нет.

10. Какие основные цели преследует злоумышленник при несанкционированном доступе к информации?

- 1) получить, изменить, а затем передать ее конкурентам;
- 2) размножить или уничтожить ее;
- 3) получить, изменить или уничтожить;
- 4) изменить и уничтожить ее;
- 5) изменить, повредить или ее уничтожить.

11. Какой самый прямой и эффективный способ склонения к сотрудничеству?

- 1) психическое давление;
- 2) подкуп;
- 3) преследование;
- 4) шантаж;
- 5) угрозы.

12. Наиболее сложный и дорогостоящий процесс несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации?

- 1) инициативное сотрудничество;
- 2) выпытывание;
- 3) наблюдение;
- 4) хищение;
- 5) копирование.

13. Какое из утверждений неверно?

- 1) подкуп — сложный процесс, требует долгой и кропотливой работы;
- 2) выпытывание — это стремление путем внешне наивных вопросов получить определенные сведения;
- 3) процесс наблюдения не сложен, так как не требует затрат сил и средств;
- 4) под незаконным подключением понимают контактное или бесконтактное подсоединение к линиям и проводам с целью несанкционированного доступа к информации, образующейся или передаваемой в них;
- 5) негласное ознакомление — способ получения информации, к которой субъект не допущен, но при определенных условиях он может получить возможность кое-что узнать.

14. Завершающим этапом любого сбора конфиденциальной информации является

- 1) копирование;
- 2) подделка;
- 3) аналитическая обработка;
- 4) фотографирование;
- 5) наблюдение.

15. Как называются реальные или потенциально возможные действия или условия, приводящие к овладению, хищению, искажению, изменению или уничтожению информации?

- 1) ненадежность;
- 2) угроза;
- 3) несчастный случай;
- 4) авария;

5) правильного ответа среди перечисленных нет.

16. Что в скором времени будет являться главной причиной информационных потерь?

- 1) материальный ущерб, связанный с несчастными случаями;
- 2) кража и преднамеренная порча материальных средств;
- 3) информационные инфекции;
- 4) аварии и выход из строя аппаратуры, программ и баз данных;
- 5) ошибки эксплуатации.

17. В каком варианте ответа инфекции расположены от более простого к более сложному, по возрастанию?

- 1) логические бомбы, троянский конь, червь, вирус;
- 2) червь, вирус логические бомбы, троянский конь;
- 3) червь логические бомбы вирус, троянский конь;
- 4) логические бомбы, вирус, троянский конь червь;
- 5) вирус, логические бомбы, троянский конь червь.

18. Причины связанные с информационным обменом приносящие наибольшие убытки?

- 1) остановка или выход из строя информационных систем;
- 2) потери информации;
- 3) неискренность;
- 4) проникновение в информационную систему;
- 5) перехват информации.

19. Какие цели преследуются при активном вторжении в линии связи?

- 1) анализ информации(содержание сообщений, частоту их следования и факты прохождения, пароли, идентификаторы коды) и системно-структурный анализ;
- 2) воздействие на поток сообщений(модификация, удаление и посылка ложных сообщений) или восприпятствие передаче сообщений;
- 3) инициализация ложных соединений;
- 4) варианты 1 и 2;
- 5) варианты 2 и 3.

20. Что определяет модель нарушителя?

- 1) категории лиц, в числе которых может оказаться нарушитель;
- 2) возможные цели нарушителя и их градации по степени важности и опасности;
- 3) предположения о его квалификации и оценка его технической вооруженности;
- 4) ограничения и предположения о характере его действий;
- 5) все выше перечисленные.

21. Выберите наиболее полный список мотивов, которые преследуют компьютерные пираты (хакеры), пытаясь получить несанкционированный доступ к информационной системе или вычислительной сети.

- 1) ознакомление с информационной системой или вычислительной сетью;
- 2) похитить программу или иную информацию;
- 3) оставить записку, выполнить, уничтожить или изменить программу;
- 4) вариант 2 и 3;
- 5) вариант 1, 2 и 3.

22. Какое из утверждений неверно?

- 1) наблюдается тенденция к стремительному росту попыток получить несанкционированный доступ к информационным системам или вычислительным сетям;
- 2) недовольный руководителем служащий создает одну из самых больших угроз вычислительным системам коллективного пользования;
- 3) считается, что компьютерные преступления, более легкий путь добывания денег, чем ограбление банков;
- 4) очень малое число фирм могут пострадать от хакеров;

5) к категории хакеров-профессионалов обычно относят: преступные группировки, преследующие политические цели.

23. Какое из утверждений неверно?

- 1) хакеры могут почерпнуть много полезной информации из газет и других периодических изданий;
- 2) хакерами часто используется завязывание знакомств для получения информации о вычислительной системе или выявления служебных паролей;
- 3) один из наиболее эффективных и наименее рискованных путей получения конфиденциальной информации и доступа к ЭВМ — просто изучая черновые распечатки;
- 4) о перехвате сообщений в каналах связи речь может идти лишь в связи с деятельностью военных или секретных служб;
- 5) после получения необходимого объема предварительной информации, компьютерный хакер-профессионал осуществляет непосредственное вторжение в систему.

24. Какое из утверждений неверно?

- 1) наибольшие убытки (в среднем) приносит саботаж в нематериальной сфере;
- 2) убытки, связанные с забастовками не превышают убытков связанных с аварией оборудования;
- 3) уход ведущих специалистов опасен для малых центров;
- 4) хищения, в первую очередь осуществляются сотрудниками предприятия или пользователями;
- 5) аварии оборудования или основных элементов системы являются мало распространенными и определяются надежностью аппаратуры.

25. Метод скрытия — это...

- 1) максимальное ограничение числа секретов, из-за допускаемых к ним лиц;
- 2) максимального ограничения числа лиц, допускаемых к секретам;
- 3) уменьшение числа секретов неизвестных большинству сотрудников;
- 4) выбор правильного места, для утаивания секретов от конкурентов;
- 5) поиск максимального числа лиц, допущенных к секретам.

26. Что включает в себя ранжирование как метод защиты информации?

- 1) регламентацию допуска и разграничение доступа к защищаемой информации;
- 2) деление засекречиваемой информации по степени секретности;
- 3) наделять полномочиями назначать вышестоящими нижестоящих на соответствующие посты;
- 4) вариант ответа 1 и 2;
- 5) вариант ответа 1, 2 и 3.

27. К какому методу относятся следующие действия: имитация или искажение признаков и свойств отдельных элементов объектов защиты, создания ложных объектов?

- 1) скрытие;
- 2) дезинформация;
- 3) дробление;
- 4) кодирование;
- 5) шифрование.

28. Что в себя морально-нравственные методы защиты информации?

- 1) воспитание у сотрудника, допущенного к секретам, определенных качеств, взглядов и убеждений;
- 2) контроль работы сотрудников, допущенных к работе с секретной информацией;
- 3) обучение сотрудника, допущенного к секретам, правилам и методам защиты информации, и навыкам работы с ней;
- 4) вариант ответа 1 и 3;
- 5) вариант ответа 1, 2 и 3.

29. Какое из выражений неверно?

- 1) страхование — как метод защиты информации пока еще не получил признания;

- 2) кодирование — это метод защиты информации, преследующий цель скрыть от соперника содержание защищаемой информации;
- 3) шифрование может быть предварительное и линейное;
- 4) дирекция очень часто не может понять необходимость финансирования безопасности;
- 5) безопасность предприятия — не стабильное состояние предприятия, не поддающееся прогнозированию во времени.

30. Какой должна быть защита информации с позиции системного подхода?

- 1) безопасной для сотрудников;
- 2) активной;
- 3) универсальной;
- 4) надежной;
- 5) непрерывной.

31. Что такое «служба безопасности»?

- 1) система внештатных формирований, предназначенных для обеспечения безопасности объекта;
- 2) структурное подразделение, предназначенное для охраны помещений и территорий предприятия;
- 3) система штатных органов управления и организационных формирований, предназначенных для обеспечения безопасности и защиты конфиденциальной информации;
- 4) структурное подразделение, предназначенное для хранения и выдачи документов, носителей конфиденциальной информации;
- 5) структурное подразделение, задача которого: подбор персонала и работа с сотрудниками.

32. Кому подчиняется служба безопасности?

- 1) владельцу предприятия;
- 2) владельцу предприятия и лицу которому тот подчиняется;
- 3) руководителю предприятия, либо лицу, которому тот делегировал свои права по руководству ее деятельностью;
- 4) заместителю руководителя предприятия по организационным вопросам;
- 5) только начальнику службы безопасности.

33. Какие задачи не входят в круг обязанностей службы безопасности ?

- 1) внедрение в деятельность предприятия новейших достижений науки и техники, передового опыта в области обеспечения экономической безопасности предприятия;
- 2) определение участков сосредоточения сведений, составляющих коммерческую тайну;
- 3) определение на предприятии технологического оборудования, выход из строя которого может привести к большим экономическим потерям;
- 4) ограничение круга сторонних предприятий, работающих с данным предприятием, на которых возможен выход из-под контроля сведений составляющих коммерческую тайну предприятия;
- 5) определение круга сведений, составляющих коммерческую тайну.

34. Какие средства использует инженерно-техническая защита (по функциональному назначению)?

- 1) программные, аппаратные, криптографические, технические;
- 2) программные, физические, шифровальные, криптографические;
- 3) программные, аппаратные, криптографические физические;
- 4) физические, аппаратные, материальные, криптографические;
- 5) аппаратные, физические, программные, материальные.

35. В каком нормативном акте говорится о формировании и защите информационных ресурсов как национального достояния?

- 1) в Конституции РФ;
- 2) в Законе об оперативно розыскной деятельности;
- 3) в Законе об частной охране и детективной деятельности;

- 4) в Законе об информации, информатизации и защите информации;
- 5) в Указе Президента РФ № 170 от 20 января 1994 г. «Об основах государственной политики в сфере информатизации».

36. На какую структуру возложены организационные, коммерческие и технические вопросы использования информационных ресурсов страны

- 1) Министерство Информатики РФ;
- 2) Комитет по Использованию Информации при Госдуме;
- 3) Росинформресурс;
- 4) все выше перечисленные;
- 5) правильного ответа нет.

37. На каком уровне защиты информации создаются комплексные системы защиты информации?

- 1) на организационно-правовом;
- 2) на социально политическом;
- 3) на тактическом;
- 4) на инженерно-техническом;
- 5) на всех вышеперечисленных.

38. Какие существуют наиболее общие задачи защиты информации на предприятии?

- 1) снабжение всех служб, подразделений и должностных лиц необходимой информацией, как засекреченной, так и несекретной;
- 2) предотвращение утечки защищаемой информации и предупреждение любого несанкционированного доступа к носителям засекреченной информации;
- 3) документирование процессов защиты информации, с целью получения соответствующих доказательств в случае обращения в правоохранительные органы;
- 4) создание условий и возможностей для коммерческого использования секретной и конфиденциальной информации предприятия;
- 5) все вышеперечисленные.

39. Какие меры и методы защиты секретной или конфиденциальной информации в памяти людей не являются основными?

- 1) воспитание понимания важности сохранения в тайне доверенных им секретных или конфиденциальных сведений;
- 2) подбор людей, допускаемых к секретным работам;
- 3) обучение лиц, допущенных к секретам, правилам их сохранения;
- 4) добровольное согласие на запрет работы по совместительству у конкурентов;
- 5) стимулирование заинтересованности работы с засекреченной информацией и сохранения этих сведений в тайне.

40. В каком документе содержатся основные требования к безопасности информационных систем в США?

- 1) в красной книге;
- 2) в желтой прессе;
- 3) в оранжевой книге;
- 4) в черном списке;
- 5) в красном блокноте.

Задание 2. Деловая игра «Коммерческая тайна»

Исходная информация: существуют два конкурирующих предприятия А и Б, предприятие А владеет уникальной информацией (формулой, разработкой, полезной моделью или другим изобретением), позволяющим существенно увеличить доходы. Методические указания:

1. Группа студентов делится на две подгруппы (А и Б).
2. Каждая подгруппа выбирает организационно-правовую форму (ООО, АО и пр.) и обосновывает свой выбор.

3. Подгруппы формулируют миссию, цели в долгосрочной и краткосрочной перспективе, определяют основные задачи своего предприятия.
4. Предприятие А определяет перечень информации, составляющей коммерческую тайну, круг лиц, имеющий к ней доступ, а также разрабатывают комплекс мер по ее защите.
5. Предприятие Б разрабатывает возможные варианты получения секретных сведений конкурента.

Далее подгруппы озвучивают свои идеи, и в результате обсуждения делается вывод: а) предприятие А предусмотрело не все возможные угрозы безопасности коммерческой тайны и конкурентам удалось завладеть уникальной информацией; б) предприятие Б не предложило такого способа добычи секретной информации, который не был бы предусмотрен предприятием А.

Задание 3. Задача расчетного характера

На примере анализа коммерческой информации трех конкурирующих предприятий оптовой торговли (табл. 1), закупающих и продающих товары повседневного спроса, рассчитайте объемы годового дохода в денежных единицах и сформулируйте современный принцип закупки и продажи товаров.

Таблица 1

Предприниматели	Объем закупки, кг	Цена закупки, ден. ед. за кг	Цена продажи, ден. ед. за кг	Товарооборот, в днях	Годовой доход, ден. ед.
А	100	20	21	30	
Б	400	20,2	20,8	30	
В	400	20,4	20,6	7	

Тема № 6. Средства товарной информации

Задание 1. Лабораторная работа «Виды и формы товарной информации»

Цель занятия:

- научиться определять виды и формы товарной информации;
- изучить классификацию средств товарной информации;
- научиться заполнять средства товарной информации.

Подготовка к работе

Изучите теоретический материал по конспектам лекций, методическим рекомендациям и другим доступным источникам.

Устно подготовьтесь к контрольному опросу, ответив на вопросы.

1. Название и цель работы.
2. Понятие товарной информации.
3. Функции товарной информации.
4. Виды товарной информации.
5. Какие Вы знаете формы товарной информации в зависимости от средств передачи?
6. Основные требования к товарной информации.
7. Информационные ресурсы: понятие, назначение.
8. Классификация информационных ресурсов.
9. Понятие технических документов.
10. Классификация технических документов.
11. Эксплуатационные документы и их классификация.
12. Какие правила техники безопасности необходимо соблюдать при работе в компьютерном классе?

Приготовьте в электронном виде и бумажном варианте:

- а) титульный лист;
- б) цель работы;
- в) таблицы лабораторной работы.

Задание 1. Используя доступные источники информации, найдите заданные по варианту средства товарной информации, скопируйте их в лабораторный отчет.

Проанализируйте средства товарной информации (СТИ), согласно заданному варианту, по следующей схеме:

- 1) определите класс, подкласс, группу, подгруппу и вид СТИ;
- 2) приведите характеристику носителя СТИ;
- 3) заполните таблицу 2.1 и сделайте вывод о виде преобладающей информации на заданных по варианту носителях СТИ;
- 4) заполните таблицу 2.2 и сделайте вывод о форме преобладающей информации;
- 5) сделайте вывод о соблюдении требований к товарной информации (правило «трех Д») на заданных по варианту носителях информации.

Варианты задания

01. Общие технические условия (стандарт), руководство по эксплуатации.
02. Технические требования на продукцию (стандарт), паспорт изделия.
03. Технические условия, экологический сертификат.
04. Термины и определения (стандарт), формуляр.
05. Упаковка, маркировка (стандарт), этикетка.
06. Транспортирование и хранение (стандарт), паспорт безопасности вещества (стандарт).
07. Правила приемки, методы контроля, анализа (стандарт), сертификат соответствия (обязательной и добровольной сертификации).
08. Стандарт на процессы, гигиенический сертификат.
09. Общероссийский классификатор промышленной и сельскохозяйственной продукции (ОКП), сертификат пожарной безопасности.
10. Классификатор товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД), качественное удостоверение.
11. Договор на создание научно-технической продукции, ветеринарный сертификат.
12. Техническое задание, фитосанитарный (карантинный сертификат).
13. Календарный план, декларация соответствия.
14. Протокол испытаний, упаковочный лист.
15. Коммерческий акт, памятка по обращению с изделием.

Таблица 1.1 .

Виды информации

Виды товарной информации	Группа информации	Информация
Основополагающая		
Коммерческая		
Потребительская		

Таблица 1.2

Формы товарной информации

Формы товарной информации	Наличие данной формы товарной информации на СТИ
Словесная	
Цифровая	
Изобразительная	
Символическая	
Штриховое кодирование	

Задание 2. Используя информационно-поисковую базу «Консультант +», найдите заданные по варианту СТИ, скопируйте их в лабораторный отчет и заполните. Проанализируйте СТИ по схеме задания 1.

Варианты задания

01. Расходный отвес.
02. Акт о списании товаров.
03. Заказ-счет.
04. Приходный кассовый ордер.
05. Расходный кассовый ордер.
06. Доверенность на получение товаров.
07. Товарно-транспортная накладная.
08. Товарная накладная.
09. Акт о порче, бое, ломе товарно-материальных ценностей.
10. Счет-фактура.
11. Доверенность на получение денег.
12. Счет.
13. Ценник.
14. Товарный отчет.
15. Приходная накладная.

Оформите лабораторный отчет, напишите выводы. Предоставьте выполненную работу в электронном и бумажном варианте. Содержание лабораторного отчета:

- 1) титульный лист;
- 2) цель работы;
- 3) практическая часть:
 - задание 1,
 - задание 2;
- 4) выводы.

Примерный перечень вопросов для защиты лабораторной работы

1. Товарная информация.
2. Основополагающая информация.
3. Коммерческая информация.
4. Потребительская информация.
5. Характеристика форм товарной информации.
6. Достоверность товарной информации: характеристика, примеры.
7. Доступность товарной информации: характеристика, примеры.
8. Достаточность товарной информации: характеристика, примеры.
9. Языковая доступность товарной информации: характеристика, примеры.
10. Востребованность товарной информации: характеристика.
11. Понятность товарной информации: характеристика, примеры.
12. Неполная и излишняя информация: характеристика, примеры.
13. Правило трех «Д».
14. Какие функции средств товарной информации Вы знаете?
15. Как классифицируются средства товарной информации?
16. Характеристика информационных ресурсов. Примеры.
17. Нормативные документы: характеристика, классификация.
18. Какие виды стандартов товарной информации Вы знаете? Чем они отличаются они друг от друга?
19. Назначение стандартов на продукцию. Какой вид информации преобладает в стандартах на продукцию?
20. Общие технические условия: характеристика, содержание.
21. Технические требования: характеристика, содержание.
22. Стандарты: технические условия (характеристика, содержание).

23. Чем отличаются общие технические условия от технических требований?
24. Чем отличаются стандарты общих технических условий от стандартов технических условий?
25. Стандарты на термины и определения: характеристика, содержание.
26. Стандарты на методы испытаний и отборки проб: характеристика, содержание.
27. Стандарты на процессы: характеристика, содержание.
28. Стандарты на упаковку, маркировку, транспортирование и хранение: характеристика, содержание.
29. Стандарты на условия хранения: характеристика, содержание.
30. Характеристика классификаторов технико-экономической информации (ОК ТЭИ).
Примеры.
31. Характеристика классификатора общероссийской промышленной и сельскохозяйственной продукции (ОКП): определение, содержание, примеры
32. Технические документы: определение, классификация.
33. Эксплуатационные документы: характеристика, назначение, виды информации.
Чем отличаются различные виды эксплуатационных документов?
34. Виды носителей эксплуатационных документов. Обязательные и необязательные эксплуатационные документы.
35. Руководство по эксплуатации: определение, назначение, содержание, виды информации.
36. Формуляр изделия: определение, назначение, содержание, виды информации.
37. Паспорт изделия: определение, назначение, содержание, виды информации.
38. Этикетка: определение, содержание, виды информации.
39. Паспорт безопасности веществ: определение, содержание, виды информации.
40. Товарно-сопроводительные документы: определение, классификация.
41. Количественные товарно-сопроводительные документы: определение, виды носителей.
42. Акты для установления расхождения в количестве товаров: характеристика, содержание информации. Коммерческий акт.
43. Упаковочный лист: характеристика, содержание информации.
44. Отвесы. Заборные листы.
45. Качественные ТСД.
46. Качественное удостоверение.
47. Сертификат соответствия.
48. Сертификат гигиенический.
49. Сертификат ветеринарный.
50. Заявление-декларация.
51. Протокол испытаний.
52. Расчетные ТСД.
53. Счет. Счет-фактура.
54. Протокол о согласовании цен.
55. Комплексные ТСД.
56. Товарно-транспортные накладные.

Задание 2. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

A1. Виды товарной информации:

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) словесная, цифровая, изобразительная, символическая, штриховая;
- 2) числовая, тестовая, графическая, звуковая, видеоинформация;
- 3) основополагающая, коммерческая, потребительская;
- 4) основополагающая, коммерческая, потребительская, экономическая;
- 5) словесная, цифровая, изобразительная, символическая.

А2. Функции товарной информации:

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) информационная, идентифицирующая, экономическая, нравственно-воспитательная
- 2) информационная, экономическая, социальная, нравственно-воспитательная;
- 3) информационная, социальная, коммуникативная, правовая, культурная;
- 4) информационная, идентифицирующая, эмоциональная, мотивационная;
- 5) экономическая, информационная, идентифицирующая, культурная.

А3. В каких нормативных документах регламентируются требования к товарной информации?

Выберите несколько из 7 вариантов ответа:

- 1) Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»;
- 2) Федеральный закон «Об информации. Информатизации и защите информации»;
- 3) Федеральный закон «О защите прав потребителей»
- 4) Федеральный закон «О рекламе».
- 5) ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителей.
- 6) Гражданский кодекс РФ
- 7) Конституция РФ

А4. Какие виды товарно-сопроводительных документов относятся к обязательным?:

Выберите один из 6 вариантов ответа:

- 1) протоколы испытаний;
- 2) спецификации;
- 3) накладные;
- 4) счета - фактуры;
- 5) платежные требования.
- 6) групповой отвес

А5. Формы товарной информации:

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) словесная, цифровая, изобразительная, символическая, штриховая;
- 2) числовая, тестовая, графическая, звуковая, видеоинформация;
- 3) основополагающая, коммерческая, потребительская;
- 4) основополагающая, коммерческая, потребительская, экономическая;
- 5) словесная, цифровая, изобразительная, символическая

А6. В каком законе РФ определены права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах?:

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»
- 2) Федеральный закон «Об информации. Информатизации и защите информации»;
- 3) Федеральный закон «О защите прав потребителей»;
- 4) Федеральный закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»;
- 5) Федеральный закон «О рекламе»

А7. Какую роль в информационном обеспечении товароведения и экспертизы товаров играют технические документы?

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) являются основанием для оплаты поступившего товара;
- 2) содержат информацию о товарах;
- 3) предназначены для изложения основных показателей и сведений, требующихся для эксплуатации изделий;
- 4) являются основанием для продажи товаров;
- 5) содержат сведения об изготовлении товаров

A8. Товарно-транспортная накладная не содержит следующих сведений:

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) адресов поставщика и покупателя;
- 2) банковских реквизитов;
- 3) сведений об установлении расхождения в количестве и качестве товаров;
- 4) ИНН, КПП организаций;
- 5) данных о количестве и цене поставляемых товаров.

A9. Научное определение информации

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;
- 2) это осознанные сведения об окружающем мире, которые являются объектом хранения, преобразования, передачи и использования;
- 3) это форма существования материи;
- 4) это динамический объект, не существующий в природе сам по себе, а образующийся в ходе взаимодействия данных и методов;
- 5) это зарегистрированные сигналы любой физической природы

A10. Свойства информации

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) достоверность, доступность, достаточность
- 2) востребованность, понятность, языковая доступность
- 3) понятность, полезность, достоверность и актуальность, полнота и точность
- 4) объективность, полнота, достоверность, точность, доступность, актуальность, полезность;
- 5) достоверность, востребованность, понятность, четкость текста и иллюстраций.

A11. Руководство по эксплуатации отличается от паспорта изделия

Выберите один из 6 вариантов ответа:

- 1) наличием общих указаний по эксплуатации
- 2) отсутствием комплекта поставки
- 3) назначением и объемом информации
- 4) отсутствием, гарантированных изготовителем основных параметров и характеристик изделия;
- 5) описанием конструкции изделия;
- 6) наличием сведений о возможных неисправностях и способах их устранения

A12. Информация, которая недоступна или зачастую малодоступна потребителю - это...

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) цифровая информация
- 2) символьная информация
- 3) изобразительная информация;
- 4) словесная информация;
- 5) штриховое кодирование

A13. Антропоцентрический подход к определению информации:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;
- 2) это осознанные сведения об окружающем мире, которые являются объектом хранения, преобразования, передачи и использования;
- 3) это форма существования материи;
- 4) это динамический объект, не существующий в природе сам по себе, а образующийся в ходе взаимодействия данных и методов

A14. Основные сведения о товарах, предназначенные для всех субъектов рынка - это

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) потребительская информация;
- 2) основополагающая информация;
- 3) коммерческая информация;
- 4) юридическая информация.

A15. Информационные ресурсы - это...

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) нормативные документы и общероссийские классификаторы
- 2) справочники и словари;
- 3) нормативные и технические документы
- 4) производственная и торговая маркировка;
- 5) буклеты, каталоги, листовки и СМИ

A16. Техноцентрический подход к определению информации:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;
- 2) это осознанные сведения об окружающем мире, которые являются объектом хранения, преобразования, передачи и использования;
- 3) это форма существования материи;
- 4) это динамический объект, не существующий в природе сам по себе, а образующийся в ходе взаимодействия данных и методов

A17. Информация, предназначенная для поставщиков, посредников и продавцов - это...

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) потребительская информация;
- 2) основополагающая информация;
- 3) коммерческая информация;
- 4) юридическая информация.

A18. Достоверность

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) связана с принципом информационной открытости;
- 2) подтверждается маркировкой и сертификацией;
- 3) форма рациональной информационной насыщенности;
- 4) предполагает использование общепринятых понятий.

A19. Паспорт безопасности вещества, материала - это...

Выберите один из 5 вариантов ответа:

- 1) нормативный документ
- 2) справочный документ;
- 3) проектно-конструкторский документ;
- 4) товарно-сопроводительный документ;
- 5) эксплуатационный документ.

A20. Недетерминированный подход к определению информации:

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;
- 2) это осознанные сведения об окружающем мире, которые являются объектом хранения, преобразования, передачи и использования;
- 3) это форма существования материи;
- 4) это динамический объект, не существующий в природе сам по себе, а образующийся в ходе взаимодействия данных и методов

B1. Установите соответствие между требованием к товарной информации и его характеристикой

Укажите соответствие для всех 6 вариантов ответа:

- 1) требование, закрепляющее право потребителя на необходимую информацию и обязанность изготовителя или продавца ее предоставлять по первому требованию;
 - 2) требование, предполагающее использование общепринятых понятий, терминов, определения которых приводятся в терминологических стандартных словарях и справочниках, или эти термины и понятия относятся к общепринятым, поэтому не требуют определений и пояснений;
 - 3) предполагает правдивость и объективность сведений о товаре, отсутствие дезинформации и субъективизма в их представлении, вводящих пользователей информации в заблуждение;
 - 4) может трактоваться как рациональная информационная насыщенность, что исключает предоставление как неполной, так и излишней информации;
 - 5) требование, связанное с принципом информационной открытости сведений о товаре для всех пользователей;
 - 6) означает, что информация должна быть на государственном языке или языке преобладающей части потребителей, для которых этот товар предназначен.
- Достаточность
 Достоверность
 Доступность
 Языковая доступность
 Востребованность
 Понятность

В2. Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) отвесы, заборные листы, упаковочные листы, спецификации;
- 2) сертификаты соответствия, качественные удостоверения, протоколы испытаний, акты списания, заявления-декларации;
- 3) накладные, коносаменты, авиа-, железнодорожные накладные;
- 4) счет-фактуры, счета, платежные поручения, гигиенические сертификаты

В3. Качественные товарно-сопроводительные документы - это...

Выберите один из 4 вариантов ответа:

- 1) отвесы, заборные листы, упаковочные листы, спецификации;
- 2) сертификаты соответствия, качественные удостоверения, протоколы испытаний, акты списания, заявления-декларации;
- 3) товарно-транспортные, автомобильные, железнодорожные, авиа, коносаменты;
- 4) счет-фактуры, счета, платежные поручения, гигиенические сертификаты.

В4. Установите соответствие между классами (подклассами) средств товарной информации и их носителями

Укажите соответствие для всех 6 вариантов ответа:

- 1) листовка
 - 2) ОК ТЭИ
 - 3) технологическая карта
 - 4) формуляр
 - 5) штриховой код
 - 6) сертификат соответствия
- Товарно-сопроводительный документ
 Нормативные документы
 Проектно-конструкторский документ
 Маркировка
 Эксплуатационный документ
 Реклама

В5. Установите соответствие между классами, подклассами средств товарной информации и их носителями

Укажите соответствие для всех 6 вариантов ответа:

- 1) каталог
- 2) ОКП
- 3) коммерческий акт
- 4) техническое задание
- 5) технические условия
- 6) технологический регламент
- Проектный документ
- Нормативные документы
- Товарно-сопроводительный документ
- Конструкторский документ
- Документация постановки продукции на производство
- Реклама

В6. Установите соответствие между группой технических документов и их носителем

Укажите соответствие для всех 5 вариантов ответа:

- 1) Техническое задание
- 2) Паспорт безопасности вещества, материала
- 3) ОКП
- 4) Правила продажи
- 5) Заборный лист
- Эксплуатационные документы
- Проектно-конструкторские документы
- Товарносопроводительные документы
- Нормативные документы
- Классификатор

В7. Установите соответствие между видом товарной информации и его значением

Укажите соответствие для всех 3 вариантов ответа:

- 1) Состав товара
- 2) Юридический адрес изготовителя
- 3) ОКП ИНН/КПП
- Основополагающая информация
- коммерческая
- Потребительская информация

В8. Установите соответствие между группой средств товарной информации и его носителями

Укажите соответствие для всех 5 вариантов ответа:

- 1) словари
- 2) коммерческий акт
- 3) кассовый чек
- 4) буклет
- 5) стандарт технические условия
- Нормативные документы
- Специальная литература
- Маркировка
- Реклама
- Технические документы

Задание 3. Тренинг

Анализ маркировки товаров по товароведным характеристикам

Установите информационные элементы маркировки, определяющие ассортиментную, качественную и количественную характеристики, в том числе — принадлежность к одной или разным товарным партиям.

Задание выполняется на 2-3 натуральных образцах маркировок с упаковкой и без нее. Результаты оформите в виде таблицы 1.

Определение товароведных характеристик товаров на их маркировке

Товароведные характеристики	Информационные элементы маркировки
Ассортиментная Качественная Количественная Принадлежность к товарной партии	

Заключение должно содержать перечень товароведных характеристик, определяемых с помощью маркировки и определение принадлежности товаров к одной или разным товарным партиям.

Обсуждение результатов.

Тема № 7. Реклама в коммерческой деятельности**Задание 1. Выполнить тестовое задание**

Время контроля: 20 минут.

1. Выберите правильный вариант из четырех предложенных ответов: современное определение термина «реклама»:

1. двигатель торговли;
2. любая форма представления и продвижения продукта;
3. платное, неличное, однонаправленное, опосредованное обращение, осуществляемое с целью увеличения сбыта или создания положительного отношения потребителя, с четко указанным источником финансирования;
4. процесс информирования.

2. Имиджевая реклама – это

1. то же самое, что и корпоративная реклама;
2. средства и мероприятия, направленные на формирование положительного образа продукта и положительного отношения потребителя к продукту;
3. средство для быстрого увеличения объема продаж;
4. главное средство SP.

3. Экономическими целями рекламы являются:

1. создание положительного имиджа;
2. увеличение сбыта продукции;
3. уклонение от уплаты налогов;
4. создание негативного имиджа конкурентов.

4. Внеэкономическими целями рекламы являются:

1. влияние на общественное мнение;
2. увеличение доходов рекламодателя;
3. увеличение сбыта продукции;
4. увеличение прибыли предприятия.

5. Основными участниками рекламного процесса являются:

1. рекламодатели;
2. контролирующие учреждения;
3. государственные органы;
4. поставщики.

6. В классификацию рекламы по функциям и целям включается:

1. вечерняя реклама;
2. поддерживающая реклама;
3. локальная реклама;

4. товарная реклама.

7. Неравномерное распространение рекламы на протяжении данного периода времени:

1. пульсация;
2. колебание;
3. последовательность;
4. тестирование.

8. Положительными качествами газетной рекламы являются:

1. высокое качество воспроизведения;
2. оперативность;
3. низкая конкуренция рекламы, размещенной в газете, с другими рекламными объявлениями;
4. значительная аудитория вторичных читателей.

9. Положительными качествами журнальной рекламы являются:

1. отсутствие рекламы конкурентов;
2. престижность;
3. оперативность;
4. низкая степень привлечения внимания.

10. Положительными качествами телевизионной рекламы являются:

1. низкая стоимость одного контакта с потребителем;
2. высокая степень привлечения внимания;
3. избирательность;
4. отсутствие рекламы конкурентов.

11. Положительными свойствами радиорекламы являются:

1. низкая стоимость одного рекламного контакта;
2. отсутствие рекламы конкурентов;
3. визуализация рекламных образов;
4. высокая степень привлечения внимания.

12. Выберите правильный вариант из четырех предложенных ответов: Паблицити – это...

1. форма ПР (PR);
2. часть рекламы;
3. часть маркетинга;
4. часть SP.

13. К жанрам рекламы в прессе относятся:

1. буклет;
2. объявление;
3. плакат;
4. брошюра.

14. К разновидностям печатно-полиграфической рекламы относятся:

1. статья;
2. проспект;
3. Интервью;
4. заметка.

15. Являются составляющими структуры рекламного объявления:

1. логотип;
2. резюме;
3. информационный блок;
4. модуль.

16. Являются жанрами телевизионной рекламы:

1. интервью;
2. панно;
3. билборд;

4. HoReCa.

17. Комплекс рекламных мероприятий – это

1. рекламная кампания;
2. рекламная компания;
3. рекламная акция;
4. рекламный продукт.

18. Разновидности товарного знака:

1. слоган;
2. товарная марка;
3. бренд;
4. логотип.

19. Закон «О рекламе» накладывает ограничения на рекламу:

1. биоактивных добавок;
2. автомобилей;
3. оружия;
4. услуг медицинских учреждений.

20. Возможно исследование:

1. экономической эффективности рекламы;
2. эвристической эффективности рекламы;
3. временной эффективности рекламы;
4. ни один из ответов не является правильным.

21. К разновидностям печатно-полиграфической рекламы относятся

1. статья;
2. проспект;
3. интервью;
4. заметка.

22. Являются жанрами телевизионной рекламы

1. фокус-группа;
2. панно;
3. ролик;
4. проспект.

22. Выберите правильный вариант из четырех предложенных ответов: в классификацию рекламы по объекту включается

1. товарная реклама;
2. телевизионная реклама;
3. кооперированная реклама;
4. креативная реклама.

23. Величина, показывающая, сколько раз средний представитель целевой аудитории должен познакомиться с рекламным сообщением

1. широта охвата;
2. частота повторения;
3. сила воздействия;
4. качество усвоения.

25. Разделы рекламного плана даются в такой последовательности

1. анализ ситуации, бюджет рекламной кампании, рекламная стратегия, цели рекламной кампании;
2. анализ ситуации, цели рекламной кампании, рекламная стратегия, бюджет;
3. бюджет, рекламная стратегия, цели рекламной кампании, анализ ситуации;
4. цели рекламной кампании, анализ ситуации, рекламная стратегия, бюджет.

26. Разработка рекламной кампании начинается:

1. выбора средств распространения рекламы
2. анализа маркетинговой ситуации
3. разработки творческой рекламной стратегии

4. разработки рекламных продуктов

27. По преследуемым целям рекламные кампании делятся на:

1. симплексные и комплексные;
2. вводящие, утверждающие, напоминающие;
3. одноканальные, многоканальные;
4. а, в.

29. Медиабриф это...

1. план производства телевизионной рекламы;
2. план размещения рекламы в печатных СМИ;
3. план размещения теле- и радиорекламы;
4. задание на размещение рекламы.

30. Типы рекламных агентств по размеру:

1. универсальные рекламные агентства;
2. специализированные рекламные агентства;
3. международные сетевые;
4. баинговые рекламные агентства.

Задание 2. Тренинг

Придумать рекламный лозунг, с целью привлечения внимания покупателей к данному товару и активизации его реализации. Он должен быть кратким, образным, оригинальным, логически связанным со свойствами товара. Текст лозунга может быть серьезным и юмористическим, рифмованным и прозаическим, вопросительным и восклицательным, достоверным и аргументированным, емким и экономным, конкретным и понятным, доходчивым и лаконичным, с адресной направленностью.

При разработке лозунга могут быть использованы пословицы, поговорки, афоризмы, сюжеты, метафоры, сравнения, синонимы, антонимы.

Следует избегать сложные обороты, придаточные предложения, причастия и деепричастия, канцеляризм, штампы и вульгарные выражения. Стилль должен быть легким и элегантным, убеждающим, но не навязывающим, побуждающим к действию или активному размышлению.

Текст может сопровождаться иллюстративным изображением или в форме сценического представления (диалог). Создание рекламного лозунга дело глубоко творческое, и как всякое творчество предполагает самые разные формы выражения.

Задание 3. Задачи расчетного характера

Задача №1.

Производственный потенциал предприятия позволяет обслуживать 8 тысяч человек в год. Обследование 10 тысяч потребителей показало, что 10% из них ориентируются на качество услуги и воспользуются ей 6 раз в год по максимальной цене в 1000 рублей. Для 30% потребителей предел цены составляет 300 рублей, при пользовании услугами 4 раза в год. Остальные потребители могут воспользоваться услугой по 3 раза в год, за цену, не превышающую 100 рублей. Установите цену на услугу, исходя из возможности получения максимальной прибыли, при условии, что затраты на производство одной услуги составляют 90 рублей.

Задача №2.

Фирма действует на рынке недорогой и легкой в предоставлении услуге. Имеет постоянных потребителей. Конкуренция на рынке значительная. Какую ценовую стратегию будет использовать фирма? Аргументируйте ответ. Спрогнозируйте варианты изменения стратегии при изменении конъюнктуры.

Задача №3.

Компания предоставляет услугу - страхование транспортных средств от любых видов страхового случая. Выделите группу целевого воздействия, выберите средства распространения рекламы, основные рекламные аргументы.

Задача №4.

Смоделируйте (схематично) изменение объема рекламных вложений в различные средства распространения рекламы на разных этапах традиционного жизненного цикла услуги

Задача №5.

Для любой, по Вашему собственному выбору, услуги разработайте:

- тест рекламного сообщения для размещения в печатной прессе;
- сценарий теле-ролика продолжительностью в одну минуту.

Задача №6.

Компания, занимающаяся видеопрокатом, имеет широкий ассортимент, у нее множество точек обслуживания и удобный график работы. Цель компании - поддержание спроса путем продвижения новинок видео. Как могла бы компания построить свои взаимоотношения с информационно-развлекательными журналами для продвижения своих услуг? Что мог бы журнал получить от сотрудничества с компанией для повышения своей конкурентоспособности?

Задача №7.

Разработайте маркетинговую стратегию образовательного учреждения. Определите основные цели в отношении конкретных образовательных услуг и продуктов в определенном сегменте рынка. Составьте матрицу маркетинговых проблем и вариантов их решения. Выбрав наиболее эффективный вариант стратегии, постарайтесь усилить, оптимизировать его.

Примечание: решите задачу, разрабатывая стратегию маркетинга для:

- а) общеобразовательной школы; б) высшего учебного заведения.

В качестве образовательных услуг и продуктов рассмотрите:

- а) обучение в образовательном учреждении (подготовка по специальностям и программам);
- б) предоставление учебников и учебно-методических материалов;
- в) организация производственной практики.

Задача №8.

Назовите факторы макросреды из разряда демографических, экономических, технологических, социокультурных, политических и международных, которые необходимо учитывать производителю (обладателю, собственнику):

1. «ноу-хау»;
2. патента на изобретение
3. литературной и художественной собственности;
4. свидетельства на полезную модель.

В каждой группе укажите 5-7 наиболее важных факторов. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных вариантов, сравните полученные результаты, попробуйте объяснить, почему для каждого варианта результаты ранжирования могут быть разными.

Задача №9.

Разработайте рекламную кампанию для следующих видов интеллектуального продукта:

- произведения науки;
- произведения литературы;
- музыкальные, произведения, театральные постановки, исполнительская деятельность артистов;
- коммерческая информация;
- патенты на новые сорта растений;
- патенты на новые породы животных.

Задача №10.

Произведите сегментацию потребителей различных интеллектуальных продуктов. Постарайтесь учесть возможно большее число признаков сегментирования.

Заполните таблицу

Интеллектуальный продукт	Признаки сегментирования
музыкальные произведения	
селекционные достижения	
Телепередачи	
программы для ЭВМ	
полезные модели.	

Какая дополнительная информация для сегментирования потребителей названных объектов интеллектуальной собственности вам может потребоваться?

Тема № 8. Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. Какие виды предпринимательской деятельности относятся к отрасли "Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка"?

1. посреднические услуги по купле-продаже товаров;
2. производство товаров народного потребления;
3. производство продуктов питания;
4. верны все варианты ответов.

2. Жизненный цикл товара – это:

1. характеристика товара, выражающая его выгодные отличия от товара – конкурента;
2. результат взаимодействия условий, определяющих соотношение спроса и предложения на рынке;
3. постоянный процесс наблюдения за ситуацией на рынке;
4. время с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации на данном рынке.

3. Кто из ниже перечисленных субъектов не относится к классу посредников:

1. агент;
2. брокер;
3. дилер;
4. аудитор.

4. Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с российской территории, считается:

1. импортным;
2. транзитным;
3. экспортным;
4. контрабандным.

5. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:

1. организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
2. экономические отношения поставщиков и покупателей;
3. административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
4. совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

6. Понятие «оптовый товарооборот» означает продажу товаров:

1. крупными партиями;
2. торговым предприятиям;
3. торговым предприятиям или оптовым посредникам для последующей перепродажи или переработки;
4. нет правильного ответа.

7. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:

1. от поставщика – изготовителя;
2. непосредственно в магазины;
3. поставщиком без завоза товаров на свои склады;
4. нет правильного ответа.

8. Между инвестициями и банковским кредитованием:

1. нет различия;
2. инвестирование шире по назначению
3. банковское кредитование шире по назначению;
4. нет правильного ответа.

9. Показатель рентабельности от реализации товаров- это отношение:

1. прибыли от реализации к издержкам обращения, выраженное в процентах;
2. прибыли от реализации к товарообороту, выраженное в процентах;
3. прибыли от реализации к основным фондам, выраженное в процентах;
4. прибыли от реализации к активам по балансу, выраженное в процентах.

10. В магазине при четко запланированной покупке покупатель проходит следующие этапы принятия решения...

1. оценка товара, покупка товара;
2. осознание потребности, поиск информации;
3. выбор товара;
4. верны все варианты.

11. Установление в определенном порядке конкретной номенклатуры товаров, образующих необходимую их совокупность для розничной торговли. Этот процесс называется:

1. выкладкой товаров на рабочем месте продавца;
2. приемкой товаров по количеству и качеству;
3. организацией розничной продажи;
4. формированием товарного ассортимента.

12. Понятие «Коммерция» означает:

1. торговлю;
2. любую деятельность, приносящую доход;
3. торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли;
4. все предыдущие ответы.

13. Сферой коммерческой деятельности является:

1. сфера потребления;
2. сфера производства;
3. сфера обращения;
4. сфера культуры и искусства.

14. Это договор, в соответствии с которым поставщик обязуется передавать в обусловленный срок производимые или закупаемые товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности или иных целях. Это договор:

1. поставки;
2. розничной купли-продажи
3. подряда;
4. займа.

15. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

1. во всех случаях;
2. для установления качества поставленных товаров;
3. при поставках товаров сложного ассортимента;
4. при поставках товаров простого ассортимента.

16. Изменение или дополнение условий заключенного договора

1. не допускается по одностороннему заявлению сторон;
2. допускается по одностороннему заявлению сторон;

3. допускается по соглашению сторон;

4. допускается с разрешения Арбитражного суда.

17. Что означает совершить закупку сырья и материалов правильно:

1. в необходимом количестве, в нужное время, по выгодной цене, удовлетворительно надежного поставщика;

2. с учетом большого запаса;

3. со значительным опережением производства продукции из данного вида материала;

4. верны все варианты ответов.

18. Процесс распределения капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой это:

1. диверсификация;

2. страхование;

3. акцент;

4. оферта.

19. Конъюнктура рынка это:

1. сложившаяся на рынке экономическая ситуация, которая характеризует соотношение между спросом и предложением;

2. вероятный объем продаж предприятия на конкретном рынке за определенный период времени;

3. платежеспособный спрос потребителей;

4. верны все предыдущие варианты.

20. Емкость товарного рынка это:

1. объем продаж, выраженный в процентах к общенациональному потенциалу;

2. потенциальный объем сбыта товара на рынке в течение определенного времени;

3. насыщенность рынка товарами и услугами;

4. все предыдущие ответы неверны.

21. Это экономически обоснованный документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем. Этот документ:

1. бизнес-план;

2. финансовый план;

3. план маркетинга;

4. план продаж.

22. В чем отличия предпринимательства от коммерции:

1. нет отличий;

2. предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;

3. коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства;

4. предпринимательство- это вид коммерческой деятельности.

23. К основным коммерческим операциям, осуществляемым хозяйственными субъектами относятся:

1. транспортировка;

2. обмен, купля-продажа товаров и услуг;

3. ведение расчетов;

4. сбор и анализ информации о состоянии рынка.

24. Рынок, где главным действующим лицом является продавец, т.е. спрос превышает предложение. Это - ...

1. рынок продавца;

2. рынок покупателя;

3. рыночная ниша;

4. функциональная конкуренция.

25. Основными формами расчетов являются:

1. инкассовая;
2. аккредитивная;
3. платежными поручениями;
4. все ответы верны.

26. Способами платежа при заключении договоров могут быть:

1. наличный платеж;
2. платеж с авансом;
3. платеж в кредит;
4. верны все ответы.

27. Розничная продажа отличается от оптовой:

1. нет отличий;
2. продажей товаров мелкими партиями;
3. продажей товаров населению для личного потребления;
4. все предыдущие варианты неверны.

28. Функции оптовой торговли:

1. создание развитой структуры каналов товародвижения и поддержания должной интенсивности товаропотоков;
2. товародвижение резервных источников, финансового обеспечения процесса товародвижения и обеспечения экономии совокупных издержек обращения;
3. создание необходимой структуры каналов товародвижения, предназначенной для обслуживания кризисных отечественных товаропроизводителей, а также зарубежных производителей и поставщиков товаров;
4. обеспечение гибкости, способной оптимально реагировать на любые изменения экономических условий.

29. Отличие выставок от ярмарок:

1. демонстрация, показ, предоставление продукции, в т.ч. новых образцов, получение новой информации;
2. единовременное и массовое участие продавцов и покупателей;
3. предоставление изготовителям рекомендаций по вопросам расширения ассортимента, повышения качества товаров и продукции, упаковки, расфасовки и маркировки;
4. оказание услуг по предоставлению высококвалифицированных специалистов конкретной области, по конкретным проблемам.

30. Процесс страхования риска от возможных потерь путем переноса риска изменения цены с одного лица на другое – это...

1. хеджирование;
2. диверсификация;
3. оферта;
4. спекуляция.

Задание 2. Задачи расчетного характера

Задание 1.

Условие: Имеются следующие данные по торговому предприятию:

Дата	01.01.	01.02.	01.04.	01.07.	01.08.
Товарные запасы (млн. руб.)	1,5	1,8	1,2	2,0	2,3

Задание: Рассчитать среднемесячную величину товарных запасов; абсолютное и относительное изменение величины товарных запасов на предприятии за период с 01.01. по 01.08. (базисный абсолютный прирост и базисный темп роста); средний темп роста величины товарных запасов за период.

Задание 2.

Условие: Имеются данные по торговому предприятию:

Показатель	Базисный период	Отчетный период
------------	-----------------	-----------------

Товарооборот, тыс. руб.	3600	4200
Средние товарные запасы, тыс. руб.	600	525

Задание: Рассчитать индексы товарооборота, товарных запасов и скорости товарооборота; абсолютный прирост товарооборота (всего), и в том числе за счет а) изменения скорости товарооборота и б) величины средних товарных запасов

Задание 3.

Условие: Имеются следующие данные по оптовой базе:

Вид товара	Реализовано, тыс. ед.		Цена единицы, т. р.	
	базисный период	отчетный период	базисный период	отчетный период
А	50	60	3	2,5
Б	40	50	2	1,5
В	15	20	2	2,5

Задание: Определите общие индексы цен, физического объема, товарооборота; абсолютное изменение товарооборота, всего и за счет изменения цен и объемов реализации.

Задание 4.

Условие: Имеются данные о финансовых показателях торгового предприятия (тыс. руб.):

Показатель	Базисный год	Отчетный год
Уставный капитал	500	500
Резервный капитал	70	100
Итого собственные средства	570	600
Чистая прибыль	250	300
Прибыль, направляемая в фонд накопления	100	150
Амортизационные отчисления	100	110
Заемные средства	80	50
Кредиторская задолженность и другие привлеченные средства	50	30

Задание: Рассчитайте за каждый год коэффициент финансовой устойчивости; коэффициент финансовой самостоятельности; коэффициент устойчивости процесса финансовой самостоятельности; рентабельность процесса обеспеченности собственными финансовыми средствами. Сделайте выводы.

Задание 5.

Условие: Первая фирма обязалась поставлять товар равными партиями через равные промежутки времени, вторая фирма в контракте согласовала размер поставки в каждый период. В таблице приведены данные о размерах поставок (тыс. ед.):

Период	Поставщик	
1-й	2-й	
По контракту	Фактически	
1	100	100
2	120	90
3	110	80
4	100	80
5	80	90
6	90	100
Итого	600	540

Задание: Оценить равномерность поставок для каждого поставщика.

Задание 6.

Условие: Имеются следующие данные по торговому предприятию (млн. руб.):

Показатель	Базисный период	Отчетный период
1. Полная стоимость основных средств		
- на начало года	25	30
- на конец года	30	38
2. Объем товарооборота	162	170

Задание: Рассчитать среднегодовую стоимость основных средств за каждый период; уровни фондоотдачи и фондоемкости за каждый период; изменение товарооборота (в относительном и абсолютном выражении), всего и за счет изменения фондоотдачи и среднегодовой стоимости основных средств.

Задание 7.

Условие: Имеются данные по торговой фирме:

Вид товара	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество, тыс. ед.		
		По контракту	фактическое	
По контракту	розничная			
1	11	15	7	6
2	17	27	6	5
3	21	30	2	1
Итого	-	-	15	12

Задание: Рассчитать коэффициент недопоставки товара по количеству; индекс недопоставки в стоимостном выражении; абсолютные размеры недопоставки в натуральных и стоимостных единицах; коэффициент выполнения контрактных обязательств по ассортименту; упущенную выгоду.

Задание 8.

Условие: Имеются следующие данные по торговому предприятию (тыс. руб.):

Показатель	Базисный период	Отчетный период
1. Полная стоимость основных средств		
- на начало года	15000	16500
- на конец года	16500	18100
2. Объем товарооборота	80000	95000

Задание: Рассчитать среднегодовую стоимость основных средств за каждый период; уровни фондоотдачи и фондоемкости за каждый период; изменение товарооборота (в относительном и абсолютном выражении), всего и за счет изменения фондоотдачи и среднегодовой стоимости основных средств.

Задание 9.

Условие: Имеются данные по торговой фирме за месяц:

Товар	Товарооборот (тыс. руб.) всего	Среднемесячные товарные запасы (тыс. руб.)
А	1	2
1	1200	150
2	1800	210
3	1100	110
Итого	4100	470

Задание: Рассчитать скорость товарооборота и время товарного обращения по каждому товару отдельно; среднюю скорость товарооборота и среднее время товарного обращения по всему ассортименту товаров.

Задание 10.

Условие: Имеются следующие данные по торговому предприятию (млн. руб.):

Товар	Товарные запасы		Поступление товара за период	Документированный расход товаров
	начало периода	конец периода		
А	7,0	6,5	50,0	2,5
Б	6,0	7,0	85,0	3,1
В	3,5	4,0	9,0	1,9
Итого	16,5	17,5	144,0	7,5

Задание: При условии, что денежная выручка (общий объем товарооборота) в целом по всему предприятию за период составила 125,0 млн. рублей, рассчитайте: расход (выбытие) каждого вида товара отдельно и общую сумму расхода по предприятию; удельный вес денежной выручки (общего объема товарооборота) во всей сумме расхода; удельный вес расхода каждого вида товара в общей сумме расхода; объем денежной выручки по каждому виду товара.

Задание 11.

Условие: Известны следующие данные по мебельному магазину:

Вид товара	Реализовано, шт.		Цена, руб.	
	май	июнь	май	июнь
Стол� письмен. «А»	200	220	2079	2090
Стол� письмен. «Б»	260	240	3115	3214
Стол� аудиторные	500	490	1390	1400
Шкафы книжные	180	190	4248	4800
Стулья	900	970	810	890

Задание: Определите общие индексы цен, физического объема, товарооборота; абсолютное изменение товарооборота (общее и за счет изменения цен и объемов реализации).

Задание 12.

Условие: Имеются следующие данные об основных средствах торгового предприятия (тыс. руб.):

Показатель	Основные средства	
По полной стоимости	износ	
1. Наличие на начало года	1800	540
2. Поступило за год	700	-
В т. ч. новых	700	-
3. Выбыло в течение года	800	600
4. Сумма начисленного за год износа	-	250

Задание: Построить баланс основных средств по полной и остаточной стоимости. Рассчитать коэффициенты поступления, обновления, выбытия основных средств за год; коэффициенты годности и износа на начало и конец года; уровень фондоотдачи и фондоемкости, при условии, что товароборот за год составил 5000 тыс. руб.

Задание 3. Тренинг

Задание 1.

1. Изучить технологию продаж на сайте любого интернет-аукциона
2. Усвоить сущность коммерческой концессии (франчайзинга). Изучить магазины г. Махачкалы, работающие по технологии франчайзинга.

Задание 2.

1. Изучить особенности использования договора хранения в оптовой торговле.
2. Определить отличие договора аренды склада от договора хранения.
3. Найти отличие договора поставки от договора купли-продажи, изучить их содержание.

Задание 3.

1. Выяснить сущность и содержание оптовой и розничной торговли. Описать коммерческие процессы, выполняемые оптовым или розничным торговым предприятием.
2. На примере конкретного магазина изучить определённую группу товаров (бытовая техника, верхняя одежда, молочные продукты и т. д.) и охарактеризовать их потребительские свойства

Тема № 9. Договора в коммерческой деятельности

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 30 минут.

1. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:

- а) организационные взаимоотношения
- б) экономические взаимоотношения
- в) коммерческие
- г) административно- правовые
- д) совокупность хозяйственных отношений в процессе поставок товаров.

2. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике:

- а) Основные условия поставок отдельных товаров
- б) Особые условия поставок отдельных видов товаров
- в) Гражданский кодекс РФ

3. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

- а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор
- б) оформления договора в письменной форме
- в) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта.

4. Считается ли договор заключенным в письменной форме путем обмена документами по телефаксной сети:

- а) да
- б) нет.

5. Спецификация к договору – поставки составляется:

- а) во всех случаях
- б) для установления качества поставляемых товаров
- в) при поставках товаров сложного ассортимента
- г) при поставках товаров простого ассортимента

6. Спецификация, подписанная сторонами, может заменить договор поставки

- а) да
- б) нет

7. При заключении договора – поставки всегда составляется протокол разногласий

- а) да
- б) нет

8. Расторжение заключенного договора

- а) не допускается
- б) допускается по одностороннему заявлению сторон
- в) по соглашению сторон

9. В РФ за нарушение коммерческой тайны предусмотрена ответственность:

- а) только по ГК
- б) только по УК
- в) по ГК и УК

10. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:

- а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
- б) экономические отношения поставщиков и покупателей;
- в) коммерческие взаимоотношения поставщиков и покупателей;
- г) административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
- д) совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

11. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике:

- а) "Основные условия поставок продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления";
- б) "Особые условия поставок";
- в) "Положение о поставках продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления";
- г) Гражданский кодекс РФ.

12. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

- а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор;
- б) оформления договора в письменной форме;
- в) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта.

13. Считается ли договор заключенным в письменной форме путем обмена документами по телефаксной сети?

- а) да;
- б) нет.

14. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

- а) во всех случаях;
- б) для установления качества поставленных товаров;
- в) при поставках товаров сложного ассортимента;
- г) при поставках товаров простого ассортимента

15. При заключении договора поставки всегда составляется протокол разногласий:

- а) да;
- б) нет.

16. Спецификация, подписанная сторонами, может заменить договор поставки:

- а) да;
- б) нет.

17. Изменение или дополнение условий заключенного договора:

- а) не допускается по одностороннему заявлению сторон;
- б) допускается по одностороннему заявлению сторон;
- в) допускается по соглашению сторон.

18. Заключенный договор может быть расторгнут:

- а) да;
- б) нет.

19. Виды компенсационных сделок:

- а) коммерческие;
- б) промышленные;
- в) финансовые.

20. Основные коммерческие сделки:

- а) купли-продажи товаров;
- б) купли-продажи услуг;
- в) купли-продажи научно-технических знаний;
- г) проведение банковских операций;
- д) страхование грузов;
- е) аренда средств производства.

21. Вспомогательные коммерческие сделки:

- а) аренда средств производства;
- б) проведение банковских операций;
- в) купля-продажа патентов, лицензий, "ноу-хау".

22. Какие признаки отличают компенсационные сделки от бартерных?

- а) внешнеэкономический характер;
- б) прямой полный товарообмен;
- в) частичный товарообмен;
- г) сооружение промышленного объекта с последующей оплатой товарами, произведенными на нем.

23. Какими методами могут быть реализованы коммерческие сделки?

- а) прямыми;
- б) косвенными;
- в) через посредника.

24. Какая наиболее важная роль торгово-посреднического звена в современных условиях?

- а) хорошие знания требований местного рынка;
- б) хорошие устойчивые связи с предприятиями и потребителями продукции;
- в) возможность проведения рекламных мероприятий;
- г) организация сбыта продукции;
- д) обслуживание клиентов после начала эксплуатации проданной продукции.

25. Поверенные – это посредники, действующие на основании договора:

- а) агентского;
- б) комиссии;
- в) поручения.

26. Какие посредники осуществляют сделки за комиссионное вознаграждение?

- а) брокеры;
- б) дилеры;
- в) комиссионеры;
- г) агенты;
- д) поверенные;
- е) консигнаторы.

27. Торговый посредник осуществляет сделки:

- а) от своего имени;
- б) за свой счет;
- в) за счет клиента;
- г) от имени клиента.

28. Сделки консигнации являются разновидностью сделок:

- а) комиссионных;
- б) агентских;

в) брокерских.

29. Сделки консигнации регламентируются законодательными актами:

- а) Гражданским кодексом РФ;
- б) Гражданским правом зарубежных стран;
- в) Торговым правом зарубежных стран.

30. Агентская сделка совершается по поручению:

- а) комитента;
- б) консигнанта;
- в) принципала.

31. Брокерские сделки осуществляет посредник:

- а) на биржах;
- б) аукционах;
- в) ярмарках;
- г) вне биржи, аукционов, ярмарок.

32. Договоры займа, дарения в зависимости от распределения между сторонами прав и обязанностей относятся:

- а) к многосторонним;
- б) односторонним;
- в) двусторонним.

33. Продавец обязан сообщить отгрузочные данные покупателю не позднее:

- а) 10 дней;
- б) 20 дней;
- в) 30 дней до начала установленного в договоре срока поставки.

34. Предложение о заключении договора может исходить только:

- а) от поставщика-производителя;
- б) покупателя;
- в) любой из сторон.

35. На предварительном этапе подготовки заключения договора в будущем имеют место договоренности, которые оформляются:

- а) предварительным договором;
- б) протоколом о намерениях;
- в) актом.

36. Предварительный договор всегда оформляется в письменной форме:

- а) да;
- б) нет.

37. Право на заключение договора, полученного в результате проведенных торгов, может быть реализовано после завершения торгов и оформления протокола через:

- а) 10 дней;
- б) 20 дней;
- в) 30 дней;
- г) иного указанного в извещении срока.

38. Требования об изменении или расторжении договора могут быть реализованы:

- а) в одностороннем порядке;
- б) в судебном порядке;
- в) при неполучении ответа от стороны, которой сделано соответствующее предложение, в указанный срок.

39. Договор розничной купли-продажи может быть осуществлен в отношении:

- а) торговли;
- б) связи;
- в) снабжения;
- г) предпринимательской деятельности.

40. Договор розничной купли-продажи является разновидностью договора:

- а) поставки;
- б) купли-продажи;
- в) консигнации.

41. Договор розничной купли-продажи носит характер:

- а) публичного;
- б) хозяйственного;
- в) общественного.

42. Договор поставки может быть использован:

- а) в предпринимательской деятельности;
- б) личной, семейной, домашней жизни;
- в) в деятельности между хозяйствующими субъектами.

43. Договорные отношения предприятия продавца и покупателя-гражданина регламентируются документами:

- а) закон "О защите прав потребителей";
- б) Гражданский кодекс РФ;
- в) "Основные условия поставок отдельных товаров";
- г) "Особые условия поставки".

44. Односторонний отказ от исполнения договора поставки (полностью или частично) возможен в случае:

- а) нарушения сроков оплаты товаров;
- б) невыборки товаров;
- в) поставки товаров ненадлежащего качества;
- г) по желанию одной из сторон.

45. Сторона, получившая проект государственного контракта от государственного заказчика, подписывает его не позднее:

- а) 10 дней;
- б) 15 дней;
- в) 20 дней;
- г) 30 дней.

46. Отказ от стороны, получившей государственный контракт, о заключении государственного контракта оформляется следующими документами:

- а) протокол разногласий;
- б) уведомление;
- в) акт.

47. При заключении государственного контракта по результатам проведенного конкурса должен быть соблюден определенный срок со дня проведения конкурса:

- а) 10 дней;
- б) 15 дней;
- в) 20 дней;
- г) 30 дней.

48. Государственный заказчик, подписав государственный контракт, обязан направить поставщику и покупателю извещение о прикреплении покупателя к поставщику в следующие сроки:

- а) 10 дней;
- б) 15 дней;
- в) 20 дней;
- г) 30 дней.

49. По договору контрактации хозяйственные отношения строятся между следующими сторонами:

- а) производителем сельхозпродукции и заготовителем;

- б) производителем товаров народного потребления и торговыми предприятиями;
- в) производителем товаров производственного назначения и предприятиями-потребителями.

50. Договор-поручение предполагает отношения торговых посредников с предприятиями (предпринимателями), по поручению которых действуют посредники:

- а) от имени предпринимателя;
- б) за счет предпринимателя;
- в) от имени и за счет предпринимателя.

51. Посредник, выполняющий поручение своего клиента на основе договора-поручения, имеет название:

- а) доверитель;
- б) поверенный;
- в) комиссионер;
- г) комитент;

52. Посредник, действующий на основе договора-поручения, должен исполнить данное ему поручение:

- а) лично;
- б) через другого посредника.

53. Договор комиссии предполагает отношения торговых посредников с предприятиями (предпринимателями), по поручению которых действуют посредники:

- а) от имени и за счет предпринимателя;
- б) от имени посредника, но за счет предпринимателя;
- в) от имени предпринимателя;
- г) за счет предпринимателя.

54. Как называется лицо, поручившее торговому посреднику на основе договора комиссии заключить сделку с клиентом?

- а) субкомиссионер;
- б) комиссионер;
- в) консигнант;
- г) комитент.

55. Если договор комиссии заключен без срока, то клиент и посредник обязаны в случае прекращения договора уведомить друг друга в максимальный срок:

- а) 10 дней;
- б) 20 дней;
- в) 30 дней.

Задание 2. Кейс-ситуация

Между Инкомбанком в лице филиала «Нижегородский» и закрытым акционерным обществом «Хлебокомбинат «Печерский» заключен кредитный договор от 25.09.97г. № КП297-2 на предоставление последнему кредита в сумме 200000 долларов США сроком до 25.09.98г.

Обязательства по возврату кредита и уплате процентов ЗАО «Хлебокомбинат «Печерский» выполнены не в полном объеме.

Открытое акционерное общество «Акционерный банк «Инкомбанк» в лице филиала «Нижегородский» обратилось в Арбитражный суд Нижегородской области с иском к о взыскании суммы основного долга и суммы процентов за пользование кредитом по кредитному договору от 25.09.97г. № КП297-2 - всего 057445 рублей 71 копейка.

Решением от 26.05.99г. в удовлетворении иска отказано, так как ответчик погасил задолженность зачетом встречного однородного требования - к зачету представлен

договор цессии от 19.05.99г., по которому ЗАО «Хлебокомбинат «Печерский» получило право требования с Инкомбанка 6100000 рублей.

ЗАО «Хлебокомбинат «Печерский» письмом от 25.05.99г. заявило о погашении долга по кредитному договору от 25.09.97г. № КП297-2 зачетом встречного однородного требования на сумму 6100000 рублей. Суд, исходя из этого обстоятельства, отказал в иске, полагая, что задолженность погашена ответчиком путем зачета.

Суд вышестоящей инстанции отменил указанное решение, поскольку в отношении Инкомбанка 04.11.98г. возбуждено дело о банкротстве (определение Арбитражного суда города Москвы от 04.11.98г. по делу № А40-35610/98-95-27«Б») и после этой даты кредиторы истца не вправе получать от него какие-либо суммы (в том числе и путем зачета встречных однородных требований) без соблюдения порядка, установленного Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)».

- Что означает понятие зачет однородных требований?
- Каковы условия прекращения обязательства зачетом?
- Правильно ли поступил суд вышестоящей инстанции?

Задание 3. Ситуационная задача

Дать критическую оценку договору поставки, заключенному между розничным предприятием (организацией) и поставщиком (производственным предприятием или посредником). Копию договора приложить к работе. Если такой возможности не имеется, то используется договор, приведенный в приложении 1. Критическая оценка заключается в проверке правильности и полноты изложения разделов договора и условий поставки, с учетом специфических особенностей товаров, в определении приоритетности одной из сторон договора и упущенных возможностях другой стороны для представления своих интересов. Для получения конкретных выводов и предложений по критической оценке рассматриваемого договора следует ознакомиться с нижеследующими методическими положениями.

Договор поставки - это письменный документ, по которому поставщик возмездно обязуется передать в обусловленные сроки товары покупателю, а покупатель, приняв товары, - оплатить их по установленным ценам. Договор поставки призван установить четкие и ясные взаимоотношения поставщиков и покупателей. Содержание его должно быть конкретным, отвечать интересам обеих сторон, учитывать все возможные изменения при его исполнении. Не допускается подчисток, исправлений, двусмысленных условий, а также расхождений с законодательными актами. Договоры могут заключаться на различные сроки от разовых до многолетних, если стороны состоят в долгосрочных хозяйственных отношениях. В последнем случае стороны ежегодно согласовывают количество, ассортимент и сроки поставки, а остальные условия являются постоянными.

Оформление договора начинается с записи даты и места заключения. В преамбуле дается полное наименование сторон договора с указанием (поставщика и покупателя) ответственных лиц, подписывающих договор, фамилии, имени, отчества, должности и ссылки на их полномочия (устав, положение, доверенность).

В разделе «Предмет договора» отражается объект купли - продажи и срок действия договора. Если ассортимент товаров небольшой по числу наименований, то он отражается в самом договоре. В случае неоднородности товаров и многочисленности их разновидностей подробный (развернутый) ассортимент приводится в прилагаемой к договору спецификации, являющейся неотъемлемой его частью. В спецификации указываются наименование товаров, артикул, размер, сорт, цены и сроки поставок каждого изделия, номера стандартов. В настоящее время спецификации согласовываются сторонами на небольшой период времени (квартал, полгода) в связи с неустойчивостью современной экономики предприятий. В договоре обуславливаются порядок и сроки согласования спецификации, указывается, за сколько дней до начала квартала одна сторона представляет проект спецификации и сколько дней отводится другой стороне на

его рассмотрение и уточнение. Согласование ассортимента является основной коммерческой целью договора, его сердцевинной. При исполнении договора большое внимание уделяется контролю за поставками товаров по каждой позиции и только с разрешения покупателя недопоставка одних товаров может перекрываться перепоставкой других.

С переходом на рыночную экономику инициативной стороной все чаще становится покупатель, а поставщик должен максимально удовлетворить его запросы. Количество и ассортимент подлежащих поставке товаров в договоре определяются на основе заказа, выраженного как в натуральных, так и в стоимостных показателях. Общий объем поставки товаров по договору обычно распределяется на частные сроки поставки. Например, годовой объем делится на кварталы, кварталный - на месяцы. Указывается также периодичность поставки или оговаривается порядок согласования графиков поставки и размера единовременной партии. Эти условия оказывают большое влияние на эффективность коммерческой деятельности, потому что обуславливают время обращения товаров и потребность в финансовых средствах у покупателей. Чем чаще будут поступать товары, тем с меньшими денежными ресурсами будет обеспечиваться оборот предприятия и большой доход получится на единицу используемых средств. Однако увеличение частоты поставок сдерживается размерами минимальных партий товаров, отгружаемых предприятиями. Определение частных сроков и объемов единовременных поставок основывается на теории управления товарными запасами.

Кроме того, ритмичность поставок влияет на постоянное наличие в продаже товаров широкого ассортимента, на удовлетворение потребностей покупателей и равномерность загрузки работников предприятия. Досрочная поставка товаров в любых случаях производится только с согласия покупателя.

Днем исполнения поставщиком обязательства по поставке товаров считается дата сдачи товаров органу транспорта при отгрузке иногороднему получателю, а при сдаче на складе получателя или поставщика - дата приемо-сдаточного документа.

Поставленные товары, не предусмотренные договором или с нарушением условий договора, принимаются покупателем на ответственное хранение. Об этом сообщается поставщику для принятия им решения о дальнейшей судьбе товаров.

Важное значение имеет определение в договоре порядка отборки и поставки товаров. Предусматриваются сроки явки покупателя для отборки и приемки товаров, минимальные нормы отгрузки, сроки представления разрядок и восполнения недопоставок, виды используемого транспорта и способы отправки товаров, исполнители погрузочно-разгрузочных работ, плата транспортных расходов, порядок страховки грузов, взаимное информирование партнеров и т.п. Для покупателей наиболее выгодным является условие поставки товаров на свой склад с возложением на продавца всех расходов. Отнесение расходов по транспортировке товаров на ту или иную сторону и момент передачи собственности на поставляемый товар обозначается термином «франко». В отечественной практике наиболее распространенными являются «франко - станция (пункт, место) - отправления», когда все расходы по перемещению товаров от поставщика возлагаются на покупателя и «франко - станция (пункт, место) - назначения» оплачивает поставщик.

В договоре должны быть отражены и согласованы вопросы, касающиеся качества, комплектности, упаковки и маркировки товаров, указаны номера стандартов и технических условий, которым должно соответствовать качество поставляемых товаров, или предоставление продавцом покупателю эталонного образца. Можно предусмотреть в договоре порядок замены недоброкачественных товаров или поставки товаров более высокою качества и с более продолжительными сроками гарантии, чем это установлено стандартами и техническими условиями. В случае поставки некомплектных товаров покупатель имеет право требовать от поставщика (изготовителя) доукомплектовать или заменить их в установленный срок. Если этого не будет сделано, то покупатель вправе отказаться от товаров. Поставка товаров должна осуществляться с обязательным

приложением сертификата (сертификата соответствия, подтверждающего безопасность и качественные характеристики, качественного удостоверения, протокола -испытания, сертификата анализа).

Порядок и сроки приемки товаров по качеству могут предусматриваться договором или ссылкой на инструкцию.

Поставляемые товары подлежат маркировке в соответствии с требованиями стандартов или предусмотренными в договоре. На поставляемых товарах или их упаковке должны быть помещены товарные знаки, зарегистрированные в установленном порядке. При поставке немаркированных или ненадлежаще маркированных товаров покупатель вправе отказаться от их приемки.

Если покупатель отказался от принятия товаров, не соответствующих технической документации или образцам (эталонам), поставщик обязан распорядиться ими в 10-дневный срок, а по скоропортящимся товарам - в 24 часа с момента получения извещения покупателя об отказе. Если поставщик не распорядится товарами, то покупатель вправе реализовать их на месте или вернуть поставщику. Скоропортящиеся товары во всех случаях подлежат реализации.

В договоре предусматривается внутритарная упаковка товаров (коробки, пачки, в оберточной бумаге, стружке, соломе и т.п.). Если стандартами и техническими условиями предусмотрены виды тары и способ упаковки товара, то в договоре делается на них ссылка. Стоимость упаковки товаров относится на счет изготовителя (поставщика), так как упаковка включается в цену товара. Стоимость транспортной тары оплачивается отдельно или по согласию сторон включается в стоимость товара. Многооборотная тара подлежит возврату. Порядок сдачи и расчетов за тару отражается в договоре.

Важный раздел договора поставки - «Цены и порядок расчетов». Переход на договорные цены предполагает проведение торга покупателя с продавцом по согласованию цены с учетом качественных характеристик товаров, их конкурентоспособности, условий франкировки и оплаты, а также множества других факторов, которые оказывают влияние на ценообразование. Важнейшая задача коммерсанта -полнее учесть эти факторы и установить выгодные для себя цены. Цена может повышаться при поставке товаров более высокого качества (бонификация) с увеличением гарантийного срока, с предоставлением дополнительных услуг покупателю (товарный кредит, централизованная доставка, фасовка, использование тары - оборудования, рекламное сопровождение и т.п.).

В условиях инфляции цены на товары часто меняются. Поэтому в договорах поставки оговаривается порядок их согласования. Например, поставщик за 20 дней до наступления срока поставки информирует покупателя о сложившихся ценах. Покупатель рассматривает их. и за 10 дней представляет поставщику заказ на очередную поставку товаров, т.е. покупатель имеет право корректировки согласованного ранее ассортимента товаров в связи с происшедшими изменениями цен. Если поставщик не может удовлетворить предложенную покупателями корректировку ассортимента товаров, то он об этом сообщает покупателю и учитывает в будущих поставках. Если новые цены окажутся неприемлемыми для покупателя, то это может служить основанием для расторжения договора. Такая возможность должна быть предусмотрена в договоре.

Согласование договорной цены может оформляться протоколом, который рассматривается как дополнительное соглашение к договору.

В договоре может указываться базисная цена на период его заключения и предусматриваться условия ее корректировки с учетом складывающихся цен на рынке. В тексте договора может оговариваться допустимый максимум отклонения рыночной цены от договорной и в обязательном порядке делается ссылка на источники определения среднерыночной цены.

Оплата товаров производится по ценам, действовавшим или согласованным на момент отгрузки (сдачи). Порядок и форма расчетов определяются в договоре в соответствии с правилами, установленными банковско-расчетным учреждениям. В

расчетах между поставщиками и покупателями применяется как безналичная (акцептная, аккредитивная формы расчетов, платежные поручения, чеки, векселя), так и наличная форма оплаты.

По срокам оплата товаров может быть предварительная (предоплата), по поступлению документов на оплату товаров, по поступлению самого товара, с отсрочкой платежа (товарный кредит) на определенное в договоре время. Эффективность выполнения коммерческих условий договора поставки представлена в разделе «Имущественная ответственность», который предусматривает обязательность выполнения принятых условий каждой стороной договора. В случае невыполнения или ненадлежащего исполнения условий договора к виновной стороне применяются имущественные санкции, предусмотренные в договоре. Поэтому каждая из сторон договора должна наиболее полно включить в этот раздел все условия, возможные при неисполнении в сроки действия договора.

Санкции выражаются в виде штрафа (неустойки), пени, возмещения убытков. Штраф устанавливается в процентном отношении от стоимости товара или в определенной денежной сумме за ненадлежащее выполнение конкретного обязательства. Пеня - это нарастающая неустойка, исчисляемая за каждый день просрочки выполнения обязательств. Сверх штрафа в договоре может предусматриваться возмещение убытков, понесенных другой стороной или возмещение упущенной выгоды от невыполнения обязательства. Штрафные санкции не освобождают стороны от выполнения обязательств по договору.

Имущественная ответственность применяется как средство воздействия на виновную сторону в случаях неполного и несвоевременного выполнения принятых обязательств по основным условиям поставки, к которым относятся:

1. недоставка товара;
2. просрочка поставки;
3. несвоевременное представление информации;
4. поставка некачественных, некомплектных, немаркированных товаров;
5. Поставка товаров в ненадлежащей таре;
6. нарушение сроков возврата тары;
7. поставка товаров без сертификата;
8. несвоевременная оплата товаров;
9. нарушение согласованных графиков и условий поставок. Имущественная ответственность может быть оговорена и по другим нарушениям условий договора, если одна из сторон считает это необходимым. Коммерческим работникам следует постоянно держать под контролем выполнение договорных обязательств и принципиально действовать в случаях допускаемых отклонений, с тем чтобы ни одно нарушение не осталось безнаказанным. Задача коммерческих работников в контроле за исполнением договоров поставки заключается в том, чтобы полученные штрафы по сумме превышали бы оплаченные и были восполнены все убытки и потери, обусловленные нарушением договорных обязательств.

В последние годы в договоры поставки стали включать форсмажорные обстоятельства, когда невыполнение условий договора связано с непреодолимой силой (война, стихийные бедствия). В договоре следует установить порядок и сроки извещения продавца о ненадлежащем исполнении договора поставки и о разрешении возникающих споров. Среди прочих условий в договоре могут быть отражены основание и порядок его расторжения.

В случае необходимости внесения изменений или дополнений в договор поставки сторонами подписывается договорное соглашение.

В заключительной части договора приводятся почтовые, юридические и расчетные реквизиты обеих сторон, подписи лиц, указанных в преамбуле к договору, заверенные печатями.

Тема № 10. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. Оптовые структуры, обеспечивающие гарантию государственной стабильности потребительского рынка, снабжение спецконтингентов и т.д. относятся к структурам:

- а) федерального
- б) межрегионального
- в) регионального уровня

2. Какой метод оптовой продажи со склада предпочтителен при поставках больших партий товаров в течение продолжительного времени:

- а) на основе личной отборки
- б) через разъездных торговых агентов
- в) по телефонам и письменным заказам
- г) по контрактам

3. Претензионная работа работников отдела продаж сводится к своевременному выставлению искового заявления в суд и участию в суде:

- а) да
- б) нет
- в) не только

4. Торгово-посреднические структуры для проведения гласных публичных торгов, где формируются цены на основные товары и сырье - это:

- а) аукционы
- б) биржи
- в) ярмарки

5. Сделка с отсроченным сроком поставки реального товара – это:

- а) форвардная
- б) фьючерсная
- в) опционная сделка

6. Постоянные посетители биржи, обладающие местом на ней – это:

- а) брокеры
- б) дилеры
- в) маклеры
- г) операторы

7. Участники биржевых торгов, осуществляющие операции от своего имени и за свой счет – это:

- а) брокеры
- б) дилеры
- г) маклеры
- д) операторы

8. Торгово – посреднические структуры для продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами по ценам, устанавливаемым покупателями в результате публичных торгов – это:

- а) аукционы
- б) биржи
- в) ярмарки

9. Какой аукцион называется голландским:

- а) с повышением цены
- б) с понижением цены
- в) втемную

10. Что означает «КЭШ энд КЭРРИ» и к какому типу торговых структур они относятся:

- а) оптовые базы
- б) мелкооптовые магазины-склады
- в) розничные магазины.

11. Какой коммерческий риск несут участники предприятия, имеющего статус общества с ограниченной ответственностью?

- а) участники общества с ограниченной ответственностью несут риск убытков в полном объеме суммы капитала;
- б) участники предприятия, имеющего статус общества с ограниченной ответственностью, несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

12. Может ли предприятие, имеющее статус общества с ограниченной ответственностью, быть преобразовано в акционерное общество?

- а) да;
- б) нет.

13. Какой коммерческий риск несут акционеры Акционерного общества?

- а) акционеры несут риск убытков, обусловленных деятельностью предприятия, в пределах стоимости принадлежащих им акций;
- б) акционеры несут риск убытков, обусловленных деятельностью предприятия, в пределах доходов предприятия.

14. Что является высшим органом управления любой коммерческой структуры?

- а) совет директоров;
- б) генеральный директор;
- в) ревизионная комиссия;
- г) собрание.

15. К каким организационно-правовым структурам относится потребительская кооперация?

- а) коммерческим;
- б) некоммерческим.

16. Сегментация рынка используется для:

- а) планирования коммерческой деятельности предприятия;
- б) закупки товаров;
- в) увеличения конкурентоспособности предприятия;
- г) снижения издержек обращения;
- д) использования закона Парето.

19. Предварительные операции - составление деловых писем проводится при:

- а) изучение спроса и прогноз;
- б) выбор поставщиков
- в) заключение договоров;

21. Заключительная работа по закупке:

- а) преддоговорная работа с поставщиками;
- б) согласование заказов;
- в) согласование сроков поставки и других условий;
- г) контроль за исполнением договорных обязательств;
- д) разработка программы оптовой закупки.

22. Методы определения объемов закупки товаров:

- а) экономико-статистические;
- б) экспертные;
- в) экономико-математические;

- г) интуитивный;
- д) ретроспективный.

23. Функции задачи оптовой торговли:

- а) получение прибыли;
- б) поток поставщиков;
- в) анализ состояния целевых рынков;
- г) анализ оценки потребностей покупателей;
- д) формирование товарных запасов;
- е) своевременная доставка товаров.

24. Формы оптовой продажи:

- а) транзитная;
- б) однозвенная;
- в) многозвенная;
- г) через посредников;
- д) складская;
- е) косвенная;
- ж) мелкопартионная.

25. Прямой сбыт товаров осуществляется через:

- а) агентов;
- б) дистрибьюторов;
- в) брокеров;
- г) дилеров;
- д) без посредников.

26. Непрямой сбыт осуществляется:

- а) директ-маркет;
- б) по телефону, факсу;
- в) персональный ЭВМ;
- г) коммивояжером;
- д) купцом;
- е) консигнатором.

27. Стимулирование сбыта происходит за счет использования таких инструментов, как:

- а) кредит;
- б) реклама;
- в) купоны;
- г) скидки;
- д) лотереи;
- е) демонстрации;
- ж) кафетерий;
- з) дополнительные услуги;
- и) культура продажи.

28. Продвижение товара происходит за счет использования таких инструментов, как:

- а) реклама;
- б) личная продажа;
- в) пропаганда;
- г) стимулирование сбыта;
- д) демонстрация моделей;
- е) газетные объявления.

30. Виды цен:

- а) низкая (ценовая конкуренция);

- б) гибкая эластичная;
- в) договорная;
- г) долговременная;
- д) временная.

31. Уровень цен:

- а) на известные товары;
- б) на новые товары;
- в) качество определяет цену;
- г) цена определяет качество.

32. Крупный торг, периодически устраиваемый в определенное время в постоянном месте для демонстрации товаров и заключения коммерческих сделок, - это:

- а) торгово-промышленные выставки;
- б) конкурсы;
- в) ярмарки;
- г) аукционы.

33. Показ достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни, периодически действующий рынок, где выставляются образцы и совершаются коммерческие сделки, - это:

- а) аукционы;
- б) ярмарки;
- в) конкурсы;
- г) торгово-промышленные выставки.

34. Участие предприятий в ярмарке и выставке оформляется следующими документами:

- а) договором;
- б) заявкой;
- в) сообщением;
- г) взносом в виде регистрационного сбора.

35. В каком количестве на ярмарке оформляется договор купли-продажи, поставки?

- а) 1 экз.;
- б) 2 экз.;
- в) 3 экз.;
- г) более экземпляров.

36. Все преддоговорные споры на ярмарке между клиентами разрешаются определенными службами:

- а) оргкомитетом;
- б) ярмарочным комитетом;
- в) дирекцией.

37. Постоянно действующие рынки массовых товаров, однородных по качеству, продаваемых партиями строго определенного количества по стандартным качественным показателям, - это:

- а) ярмарка;
- б) выставка;
- в) биржа;
- г) аукцион.

38. Биржевые посредники - это:

- а) брокеры;
- б) дилеры;
- в) маклеры;
- г) агенты;
- д) поверенный.

39. Форвардные сделки – это:

- а) купли и продажи реального товара с немедленной поставкой;
- б) купли и продажи реального товара с отсроченным сроком поставки;
- в) купли и продажи стандартных контрактов.

40. Как называется биржевой посредник, совершающий биржевую сделку от своего имени, но за счет клиента?

- а) брокер;
- б) дилер.

41. Биржевая сделка оформляется между клиентами или их посредниками договором:

- а) купли-продажи;
- б) поставки;
- в) посредническими договорами.

42. Коммерческая работа по закупкам товаров связана с принципами современного маркетинга:

- а) да;
- б) нет.

43. Понятия "источник поступления" и "поставщик" - это:

- а) идентичные понятия;
- б) понятия, имеющие отличия.

44. Оптовая ярмарка-выставка отличается от оптового продовольственного рынка:

- а) нет отличий;
- б) эпизодичностью проведения;
- в) организацией проведения.

45. Оптовый продовольственный рынок отличается от товарной биржи:

- а) нет отличий;
- б) наличием собственного складского хозяйства;
- в) организацией торговли.

46. Понятие "оптовый товароборот" означает продажу товаров:

- а) крупными партиями;
- б) торговым предприятиям;
- в) торговым предприятиям или оптовым;
- г) посредникам для последующей перепродажи.

Задание 2. Задачи расчетного характера

1. Грузооборот склада равен 3000 тонн в месяц. 15 процентов грузов проходит через участок приемки. Через приёмочную экспедицию за месяц проходит 600 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка разгрузки на участок хранения? Принять во внимание, что из приемочной экспедиции на участок приемки поступает в месяц 200 тонн грузов.

2. Грузооборот склада равен 5000 тонн в месяц. Доля товаров, проходящих через участок приемки - 40 процентов. Общая стоимость переработки груза на складе 500 000 руб. в месяц. На сколько процентов возрастет общая стоимость переработки груза на складе, если удельная стоимость работ на участке приемки увеличится на 10 руб. за тонну?

3. Склад в течение месяца (30) работал 15 дней. Сколько процентов грузов прошло через приемочную экспедицию, если товары в течение месяца поступали равномерно, как в рабочие, так и в выходные дни.

4. Грузооборот склада равен 4000 тонн в месяц. Удельная стоимость работ в экспедициях - 50 руб. за тонну. Стоимость внутрискладского перемещения грузов - 10 руб. за тонну. На какую сумму возрастет совокупная стоимость работ на складе, если груз начнет поступать ежедневно равными партиями? До этого времени груз поступал исключительно в рабочие дни. Склад работает 5 дней в неделю.

5. Грузооборот склада равен 3 000 тонн в месяц. 20 процентов работ на участке разгрузки выполняются вручную. Удельная стоимость ручной разгрузки 100 руб. за тонну. Удельная стоимость механизированной разгрузки 10 руб. за тонну. На какую сумму снизится совокупная стоимость переработки груза на складе, если весь груз будет разгружаться механизировано?

6. Грузооборот склада равен 4000 тонн в месяц. Доля товаров, проходящих через участок приемки - 50 процентов. Общая стоимость переработки груза на складе 550 000 руб. в месяц. На сколько процентов возрастет общая стоимость переработки груза на складе, если удельная стоимость работ на участке приемки увеличится на 10 руб. за тонну?

6. Грузооборот склада равен 6 000 тонн в месяц. 20 процентов грузов проходит через участок приемки. Через приемочную экспедицию за месяц проходит 500 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка разгрузки на участок хранения? Принять во внимание, что из приемочной экспедиции на участок приемки поступает 100 тонн грузов.

7. Грузооборот склада равен 5 000 тонн в месяц. 40 процентов грузов проходит через участок комплектования. Через отправочную экспедицию за месяц проходит 1500 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка хранения на участок погрузки? Принять во внимание, что из участка комплектования в отправочную экспедицию в месяц поступает 200 тонн грузов.

8. Грузооборот склада равен 2 000 тонн в месяц. 30 процентов грузов проходит через участок комплектования. Через отправочную экспедицию за месяц проходит 800 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка хранения на участок погрузки? Принять во внимание, из участка комплектования в отправочную экспедицию в месяц поступает 400 тонн грузов.

9. Грузооборот склада равен 3 000 тонн в месяц. 30 процентов работ на участке разгрузки выполняются вручную. Удельная стоимость ручной разгрузки 100 руб. за тонну. Удельная стоимость механизированной разгрузки 10 руб. за тонну. На какую сумму снизится совокупная стоимость переработки груза на складе, если весь груз будет разгружаться механизировано?

Задание 3. Кейс

«Развитие сбытовой деятельности оптового торгового предприятия»

Предприятие «Костюм» - один из крупнейших производителей мужских костюмов, поставляющее свою продукцию во все регионы России. В настоящее время планирует дополнительно открыть свои магазины в субъектах, что позволит увеличить прибыль предприятия на:

30% за счет открытия дополнительного количества магазинов
30% за счет увеличения производства

Для открытия магазинов необходимы инвестиции в пределах 700 тысяч \$, которые окупятся в течение 2 лет. На данный момент инвесторов, желающих вложить средства на открытие дополнительных магазинов.

Сейчас продукцию предприятия «Костюм» реализуют во всех субъектах, приоритетным для производителя является самый развитый рынок – Москвы. Руководство заинтересовано в открытии собственных розничных торговых предприятий, это повлечет за собой необходимость расширения ассортимента свойственного для этой группы товаров. На запуск одного магазина потребуется 100 тыс. \$.

Портрет потенциального покупателя костюмов: человек со средним достатком и особое внимание не уделяет марке костюма. Для него определяющими факторами являются: качества материала и пошива, приемлемая цена. Руководство предприятия поставило задачу перед департаментом найти приемлемое решение для увеличения количества магазинов и максимизации объема продаж. Департамент владеет следующей информацией:

Между тем объем продаж мужской одежды ежегодно увеличивается в денежном выражении, по разным оценкам, на 20-30%. Основной рост приходится на крупные города, в частности Москву и Санкт-Петербург. В свете развития деловой культуры интересом пользуется сегмент деловой одежды. Значительную часть на российском рынке (до 60% в натуральном выражении) занимают костюмы экономкласса.

В последний год увеличились продажи костюмов среднего ценового сегмента. Согласно данным экспертов, самым емким, в стоимостном выражении, и перспективным является среднеценовой сегмент рынка одежды, который составляет, примерно 45-47% рынка.

Как показало исследование на рынке мужской деловой одежды работает значительное число российских производителей, занимающих стабильные позиции. Марки «люкс» (от 12 тыс. рублей и выше) и среднего класса (6-12 тыс. рублей) широко представлены изделиями российских предприятий. Экономичный сегмент (в среднем 2-4 тыс. рублей) заполнен продукцией турецких, китайских и российских производителей. Положение осложняется слабым развитием брэндинга, узнаваемость марок низкая. Владельцы компании ожидают, что ситуация станет сопоставимой, скажем, с сегодняшней индустрией продуктов питания (где брэнды примерно с равным уровнем качества конкурируют в рекламных стратегиях и точности позиционирования) не раньше, чем через 5-10 лет. Достаточно часто фирмы обвиняют друг друга в незаконном копировании моделей. Некоторые игроки считают вполне приемлемым и выпуск откровенных подделок, допустим, костюмов под лейблом Hugo Boss или Pierre Cardin.

Выход на рынок костюмов затруднен высокой технологичностью процесса производства, что является сдерживающим фактором для активного развития в сегменте производителей из Юго-Восточной Азии.

По мнению экспертов, спрос на элитные модели мужских костюмов со временем будет только расти: человек, решившийся на покупку дорогого костюма один раз, больше никогда не вернется к более дешевым аналогам, потому что разница между ними огромна. Также в последнее время состоятельные люди начинают уделять себе все больше внимания - именно эти клиенты специально отслеживают все новинки среди костюмов, для них очень важна актуальность коллекции.

Развитие деловой культуры способствует повышению спроса на деловую одежду, что открывает хорошие перспективы для развития отечественных игроков, обладающих необходимой производственной базой.

Также наметилась тенденция - создание компаниями, осуществляющими пошив мужских костюмов, собственных розничных сетей, что позволит более точно прогнозировать будущие доходы, обеспечит динамичные продажи, и гибкие цены, магазины крайне неохотно идут на потерю маржи во время распродаж, а также будет способствовать увеличению количества программ по повышению лояльности потребителей.

Вопросы к кейсу:

• Какие шаги следует предпринять руководству предприятия «Костюм» для завоевания лидерства на данном рынке?

• Проведите Swot-анализ деятельности данного предприятия. Определите плюсы и минусы каждого варианта вложения в бренд (в производство, в создание собственной розничной сети или широкой сети магазинов). Сделайте выбор в пользу одного варианта развития, обоснуйте Ваше решение.

• Опишите мероприятия, которые необходимо сделать для его реализации.

Тема № 11. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

- 1. Выставки-продажи на товары-новинки помогают учитывать:**
 - а) реализованный
 - б) неудовлетворенный
 - в) формирующийся спрос
- 2. Спрос на товар, который окончательно формируется в магазине и допускает взаимозаменяемость – это:**
 - а) устойчивый
 - б) альтернативный
 - в) импульсный.
- 3. Методы стимулирования продаж включают в себя:**
 - а) стимулирование потребителей
 - б) стимулирование торгового персонала
- 4. Целевая группа, на которую рассчитана реклама – это:**
 - а) субъект
 - б) объект
 - в) предмет рекламы.
- 5. Магазин, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания, торговой площадью до 400 кв.м.- это**
 - а) универсам
 - б) универмаг
- 6. Магазин, реализующий товарные комплексы – это:**
 - а) гипермаркет
 - б) торговый дом
 - в) дискаунт
- 7. Магазин самообслуживания с торговой площадью не менее 5000кв.м., реализующий до нескольких тысяч наименований промышленных и продовольственных товаров – это:**
 - а) супермаркет
 - б) гипермаркет
 - в) торговый дом
- 8. Магазин низких цен с преимущественно продовольственным ассортиментом повседневного спроса, самообслуживанием, небольшой численностью персонала, потенциальные покупатели которого – жители прилегающих районов – это:**
 - а) минимаркет
 - б) супермаркет
 - в) дискаунт
- 9. Реализация торговыми агентами товаров с помощью каталогов (например ОТТО) относится к:**
 - а) сетевому маркетингу
 - б) почтовой торговле
- 10. Реализация товаров специализированными фирмами посредством рассылки каталогов с описанием, фотографиями и бланками заказов относится к:**
 - а) сетевому маркетингу
 - б) почтовой торговле
- 11. Розничная продажа отличается от оптовой:**
 - а) нет отличий;
 - б) продажей товаров мелкими партиями;
 - в) продажей товаров населению для личного потребления.
- 12. Ранжируйте в логическом порядке составные части коммерческой работы по оптовой продаже товаров:**
 - а) установление хозяйственных связей с поставщиками товаров;

- б) рекламно-информационная деятельность;
- в) организация и технология оптовой продажи товаров;
- г) нахождение оптовых покупателей товаров;
- д) организация учета и контроля выполнения договоров с покупателями.

13. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:

- а) от поставщика-изготовителя;
- б) непосредственно в магазин;
- в) поставщиком без завоза товаров на свои склады.

14. Основанием для транзитной отгрузки товаров является:

- а) решение поставщика;
- б) решение покупателя;
- в) наряд или разнарядка покупателя, направленная поставщику.

15. Чем характеризуется хороший поставщик?

- а) поставляет товар вовремя;
- б) если задерживает поставку, то сообщает об этом предприятию-покупателю;
- в) постоянно обеспечивает высокое качество поставляемых товаров;
- г) назначает приемлемую цену;
- д) стабилен;
- е) выполняет данные покупателю обещания;
- ж) изменение условий поставки осуществляет, оповестив заблаговременно покупателя

17. Какие необходимые исходные данные для определения потребности торгового предприятия в товарах?

- а) спрос покупателей на товар;
- б) доход от реализации данного товара;
- в) наличие товарных запасов;
- г) себестоимость продукции;
- д) ориентировочная численность обслуживаемого населения данным предприятием.

18. В каких случаях необязательно планировать потребности предприятия в товарах?

- а) в случае разовой потребности в товарах;
- б) при возникновении затруднений со сбытом продукции.

19. Договор на поставку товаров может подписываться:

- а) в одностороннем порядке;
- б) двустороннем порядке;
- в) или более.

20. Торгово-технологическое оборудование, транспорт, компьютеры, контрольно-кассовые аппараты относятся к:

- а) активной
- б) пассивной части ОПФ

21. Отношение стоимости ОПФ к численности работников – это:

- а) фондооснащенность
- б) фондоотдача

22. Рентабельность ОПФ – это:

- а) отношение прибыли к стоимости ОПФ
- б) отношение количества нового оборудования к общему количеству оборудования.
- в) отношение товарооборота к торговой площади.

23. Источниками инвестирования в условиях рынка являются:

- а) только государственные структуры
- б) только частный капитал
- в) только банковские кредиты
- г) все вышеперечисленные и средства одних предприятий, вкладываемые в развитие других.

24. Капитальные вложения в строительство, приобретение, реконструкцию ОПФ относятся к:

- а) реальным
- б) финансовым инвестициям.

25. Разница между ценой приобретения и амортизацией – это:

- а) первоначальная
- б) восстановительная
- г) остаточная стоимость

27. Основная форма денежных расчетов между предприятиями, обеспечивающая наибольшую сохранность денежных средств - это

- а) наличная
- б) безналичная

28. Наличная форма расчетов между предприятиями допускается

- а) при всех расчетах за поставленные товары и услуги
- б) только для мелких хозяйственных расчетов в пределах лимитов

29. Лимит денежной наличности в кассе для каждого предприятия устанавливается

- а) руководством предприятия
- б) банковским учреждением
- в) вышестоящей организацией

30. Для учета и контроля кассовой наличности на предприятии применяются следующие документы

- а) кассовую книгу
- б) кассовый отчет
- в) чековую книжку
- в) приходные и расходные кассовые ордера

31. За нарушение кассовой дисциплины применяются санкции

- а) к предприятию
- б) к кассиру
- в) к руководителю

32. Штрафные санкции к предприятию за нарушение кассовой дисциплины составляют по отношению к сверхлимитной или неоприходованной суммы

- а) 2-кратный размер
- б) 3-кратный
- в) 5-кратный

33. Превышение лимитов в кассе на период выдачи зарплаты работникам допускается в течение

- а) 3 дней
- б) 4 дней
- в) 5 дней

34. Поручение банка покупателя банку поставщика об открытии специального счета для немедленной оплаты поставщика в пределах определенной суммы, предназначенного для расчета только с 1 поставщиком – это

- а) аккредитив
- б) бартер
- в) платежное поручение
- г) вексель

35. Тратта – это

- а) простой вексель
- б) переводной вексель
- в) расчетный чек

36. Передаточная надпись на векселе, позволяющая использовать его неоднократно, выполняя функцию универсального расчетного документа – это

- а) индосаммент

б) дисконт

36. Оптовые структуры, обеспечивающие гарантию государственной стабильности потребительского рынка, снабжение спецконтингентов и т.д. относятся к структурам:

а) федерального

б) межрегионального

в) регионального уровня

37. Брокерские фирмы относятся к:

а) оптовым предприятиям 1-го уровня

б) 2-го уровня

в) оптово- посредническим структурам.

38. Выставки-продажи на товары-новинки помогают учитывать:

а) реализованный

б) неудовлетворенный

в) формирующийся спрос

39. Спрос на товар, который окончательно формируется в магазине и допускает взаимозаменяемость – это:

а) устойчивый

б) альтернативный

в) импульсный.

41. Методы стимулирования продаж включают в себя:

а) стимулирование потребителей

б) стимулирование торгового персонала

42. Целевая группа, на которую рассчитана реклама – это:

а) субъект

б) объект

в) предмет рекламы.

Задание 2. Кейс «Портрет предпринимателей»

В супермаркет А обратились 3 предпринимателя с предложением своей кандидатуры на должность начальника отдела по продажам товаров. Супермаркету необходимо отобрать одного из них, помогите ему выбрать нужного специалиста. Характеристика предпринимателей:

1. Занимается предпринимательской деятельностью последние 5 лет в предприятии малого бизнеса. Считает себя профессиональным и независимым, умеет самостоятельно принимать решение, озабочен развитием дела больше, чем получением сиюминутной прибыли, отличается сочетанием высокого уровня мотивации к достижению поставленной цели и социальной ответственности. Семья его работает в предпринимательской сфере и всем им присуща уверенность в своих силах, а лично ищет более ответственную работу, отсюда и свойственная ему нацеленность на постоянное обновление места работы.

2. Предприниматель стремится повысить социальный статус и уровень. Возраст 30 лет. Поступил в институт, перешел на 4 курс, делает ставку сроке на чутье, чем на знания. В прошлом его работа вполне доходная, но не удовлетворяющая его запросов деятельность. Считает, что его компаньоны шли за ним «и в огонь и в воду», большинство из них разделяют его идеи, и в такой атмосфере ему легко работать. Его девиз – я готов к ответственной работе «Все решу сам».

3. Работал начальником отдела в крупной торговой фирме, где проработал последние 5 лет. Всегда был принципиален в отношениях с членами своей команды, старался во всем поддерживать предельно открытые отношения. Ему свойственно умение найти предельно подходящее в любой ситуации решение, реализовать применяемую модель поведения при достижении цели, отмечать необходимые идеи и нужную информацию, умело открывая новые замыслы.

Вопросы к кейсу:

1. Назовите положительные и отрицательные черты каждого из них, с точки зрения будущего специалиста для супермаркета А.

2. Какие вопросы Вы задали бы каждому из них?

3. Выберите одного из претендентов на должность начальника отдела супермаркета А. Обоснуйте ваш выбор.

Подведение итогов работы с кейсом.

После подведения итогов по кейсу составьте личностный портрет идеального специалиста для работы в супермаркете А. В нем надо показать какую ключевую роль в достижении успеха играет создание системы мотивации людей.

1. Этичность

2. Умение работать в команде

3. Честность

4. Любопытство

5. Трудолюбие

6. Ум

7. Целеустремленность

8. Чувство юмора

9. Инициативность

10. Созидательность

Охарактеризуйте уровень притязаний мотивацию к обучению и сотрудничеству. Укажите, какую роль он должен играть в группе (лидер, ведомый отвергнутый). Что обеспечит успешность предпринимателя? Результатом обсуждения кейса может стать написание эссе на тему: «Портрет идеального начальника».

Задание 3. Задачи расчетного характера

Задача 1. Выручка от продажи продукции составила 80 млрд.руб., торговые издержки 16 млрд.руб. оплата труда рабочих предприятия – 30 млрд.руб., расходы на ведение коммерческой деятельности 22 млрд.руб., операционные расходы 5 млрд.руб. Необходимо рассчитать: 1) прибыль, 2) рентабельность

Задача 2. Розничное торговое предприятие состоящее из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2005 г. составили 13 млн.руб. В 2006 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй – на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза. Рассчитать величину прибыли каждой секции: 1) в прошлом году, 2) в этом году.

Задача 3. Магазин № 1 и магазин № 2 торговой фирмы «Пятерочка» закупили бочку крымского вина. Магазин № 1 способен реализовать все вино в одиночку за 28 дней, а совместно с магазином № 2 – за 20 дней.

- за сколько дней сможет израсходовать всю бочку вина магазин № 2, если станет реализовывать ее один?

- за сколько дней магазин № 1 реализует 10 бочек;

- сколько бочек за эти же дни реализовали бы оба магазина совместно?

- сколько бочек за эти дни реализовал бы второй магазин?

- за сколько дней второй магазин реализовал бы одну бочку?

Задача 4. Продажная цена основных фондов равна 120000 руб. Первоначальная стоимость основных фондов 12 000 руб. Износ основных фондов за год – 10%. Срок использования основных фондов – 5 лет. Индекс инфляции – 10.

Необходимо рассчитать:

1) прибыль от реализации основных фондов;

2) налог на прибыль (16%),

3) чистую прибыль.

Остаточная стоимость рассчитывается по формуле:

$ОС = ПС - (ПС \times ПИ \times СИ) / 100,$

где ПИ – процент износа основных фондов за один год;

СИ – срок использования основных средств;

ПС – первоначальная либо остаточная стоимость

Прибыль от реализации основных фондов и иного имущества предприятия представляет собой разность между их продажной ценой и первоначальной либо остаточной стоимостью с учетом инфляции:

ПР оф = ПЦ – ОС х и

Задача 5. Предприятие производит и продает в день 10 единиц продукции одного вида общей стоимостью 30 тыс. руб. Как изменится стоимость единицы продукции и всей ее массы при:

- 1) росте производительности труда в три раза;
- 2) увеличении интенсивности труда в 2 раза.

Задача 6. Цены на товар повысились в 10 раз, а з/п в 5 раз. На сколько % упала з/п?

Задача 7. Торговая фирма распределила заказ между тремя своими торговыми предприятиями. Магазин 1 способен реализовать продукцию в пределах 62% заказа за 4 месяца, магазин № 2 может реализовать продукцию в пределах 89% заказа за 5 месяцев, а магазин №3 работает с производительностью магазинов № 1 и № 2 вместе взятых. За какое время будут выполнен заказ при одновременной работе всех трех магазинов?

Задача 8. На завод по разливу вин поставлено 72 тонны высокосортного вина. После израсходования при розливе вина в бутылки 24-х тонн этого вина в емкость залили столько же вина низкого качества. После того как 18 тонн образовавшейся смеси было израсходовано, их вновь заменили низкосортным вином. Затем таким же образом заменили еще 16 т смеси. Какой процент высокосортного вина остался на заводе в результате проведенных операций?

При решении задачи следует рассмотреть:

- 1) Сколько осталось высококачественного вина на заводах после первой замены. При этом в одном литре смеси сколько составляло высококачественное вино.
- 2) При второй замене 18 т израсходованной смеси сколько содержалось высококачественного вина, а следовательно, в оставшемся на заводе сколько было высококачественного вина.

А одном литре смеси – соответственно.

- 3) После третьей замены в 16 т израсходованной смеси сколько содержалось высококачественного вина, а следовательно в оставшемся на заводе вина сколько было высококачественного.

Из этого решения получим процентное отношение высококачественного и низкокачественного вина.

Задача 9. Торговой фирме необходимо сделать заказ предприятию-производителю на поставку телевизоров. Годовая сумма заказа равна 450 млн. руб. Стоимость издержек изготовления партии телевизоров- 5 млн. руб. Стоимость издержек хранения телевизоров – 20% (0,2). Стоимость одного телевизора – 15 т. руб. Какова стоимость оптимальной партии товара и ее натуральный объем. Стоимость оптимальной партии товара (П опт) рассчитывается по формуле:
$$П\text{ опт} = 2Г\text{ ИЗГ}$$

Хр

Где Г – годовая стоимость заказа

ИЗГ - стоимость издержек изготовителя партии товара

Хр - стоимость издержек хранения товара.

Задача 10. Выручка от реализации товаров составила 10,0 млн. руб. Материальные затраты 5,0 млн.руб. Расходы связанные с реализацией товаров – 1,0 млн. руб. Затраты на зарплату – 1,0 млн.руб. Минимальная зарплата составила – 7,5 млн. руб. Налог на прибыль – 16%. Количество работающих составляет 20 человек. Чему равны прибыль, превышение затрат на зарплату по сравнению с нормативом. (4 минимальные зарплаты в среднем на одного работника) облагаемая прибыль, налог на прибыль и чистая прибыль.

Тема № 12. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 25 минут.

1. Какие сферы деятельности рассматривает логистика:

1. запасы и транспортировка продукции;
2. складирование и складская обработка;
3. информация, производство;
4. все ответы верны.

2. Логистическая функция - это:

1. укрупненная группа логистических операций;
2. совокупность потоков;
3. совокупность логистических звеньев;
4. все ответы верны.

3. Какую из перечисленных совокупностей действий называют логистической операцией:

1. складирование, транспортировка, погрузка;
2. снабжение, производство, сбыт;
3. определение должностных обязанностей;
4. верны ответы 1 и 2.

4. Макрологистическая система - это:

1. Система управления материальными потоками, охватывающая одно предприятие страны;
2. Крупная система управления экономическими потоками, охватывающая посреднические, торговые и транспортные организации и предприятия различных ведомств, а также инфраструктуру экономики отдельной страны или группы стран;
3. Система управления информационными потоками, охватывающая транспортные организации отдельной страны;
4. Все ответы верны.

5. Логистическая система на микроуровне – это:

1. Отдельное подразделение предприятия;
2. Предприятие в целом;
3. Регион;
4. Верные ответы 1 и 2.

6. Цели микрологистической системы:

1. Коммерческие;
2. Социальные;
3. Экологические;
4. Все ответы верны.

7. Что повлияло на развитие мезологистических систем:

1. Развитие глобальных информационных технологий;
2. Развитие производственных предприятий;
3. Расширение сети каналов распределения;
4. Все ответы верны.

8. Коммерческая логистика охватывает следующие функциональные области бизнеса:

1. Производство, хранение;
2. Закупка, распределение;
3. Транспортировка, производство;
4. Все ответы верны.

9. Производственная логистика рассматривает процесс движения материальных потоков:

1. В сфере материального производства;
2. В сфере нематериального производства;
3. Верные ответы 1 и 2;
4. Все ответы верны.

10. Организация распределительной логистики включает:

1. Организацию процесса сбыта готовой продукции с учетом принципов и методов логистики;
2. Организацию управления сбытом как совокупность логистических операций, логистических цепей и логистических систем;
3. Верные ответы 1 и 2;
4. Все ответы верны.

12. Распределительная логистика используется:

1. в сфере производства;
2. в сфере обращения;
3. верны ответы 1 и 2;
4. в сфере хранения.

13. К основным задачам распределительной логистики относят:

1. рационализацию параметров, структуры и продвижения материальных потоков;
2. заключение договоров с заказчиками на транспортировку продукции;
3. организацию системы снабжения на предприятии;
4. среди вышеперечисленных нет правильных ответов.

14. Логистический канал это:

1. частично упорядоченное множество различных субъектов, осуществляющих доведение материального потока от продуцента до потребителя;
2. линейно упорядоченное множество субъектов, занимающихся продвижением материальных потоков;
3. тоже, что и логистическая цепь;
4. линейно упорядоченное множество субъектов, занимающихся хранением материальных ресурсов.

15. Посредниками в логистических процессах могут быть:

1. снабженческо-сбытовые организации;
2. биржевые структуры и торговые дома;
3. трансформационные (распределительные) центры;
4. все ответы верные.

16. Логистические каналы могут быть:

1. прямыми;
2. эшелонированными;
3. прямыми и эшелонированными;
4. все ответы верные.

17. Равномерность поставки – это:

1. соблюдение хозяйственными партнерами обязательств по поступлению товарных потоков равной мощности через равные промежутки времени;
2. это соблюдение временных и количественных параметров поставки, обусловленных контрактом;
3. соблюдение хозяйственными партнерами обязательств по поступлению информационных потоков равной мощности через равные промежутки времени;
4. все ответы верные.

18. Из перечисленных ниже выберите ту, которая соответствует главной цели логистики снабжения:

1. удовлетворение потребностей предпринимательской деятельности в материальных ресурсах с максимально возможной экономической эффективностью и оптимальное их использование;
2. создание интегрированной эффективной системы регулирования и контроля

материальных и информационных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки продукции;

3. сокращение общепроизводственных затрат вследствие повышения уровня качества поставок, сокращения брака и отходов, уменьшения объемов запасов;

4. определение вида и количества продукции, закупаемой на различных рынках, а также времени закупки того или иного вида продукции.

19. Брутто-потребность это:

1. потребность в готовых изделиях, узлах, деталях, предназначенных для продажи;

2. потребность производства во вспомогательных материалах и изнашивающемся инструменте, а также в оборудовании, которое используется для производственных процессов;

3. потребность в сырье и материалах на планируемый период без учета запасов на складе или в производстве;

4. потребность в сырье и материалах на планируемый период с учетом имеющихся запасов.

20. Система планирования потребности должна обеспечить:

1. наличие сырья, материалов, комплектующих и узлов в необходимых количествах;

2. сокращение затрат, связанных с заказом и хранением запасов МР;

3. повышение эффективности календарного планирования и работы предприятия в условиях меняющейся конъюнктуры рынка;

4. все указанные условия.

21. Какие из указанных показателей являются показателями качества выполнения заказов и обслуживания потребителей:

1. количество выполненных и аннулированных поставщиком заказов потребителей;

2. время обслуживания потребителя;

3. количество возвратов продукции поставщику;

4. все указанные показатели.

22. Какие из перечисленных вопросов решаются в процессе выполнения заказа?

1. что заказывать и в каком количестве?

2. куда требуется доставить заказанные материалы?

3. кто и каким образом контролирует выполнение заказа?

4. все указанные выше вопросы.

23. К какой группе факторов, влияющих на величину запасов, относятся надежность и частота поставки:

1. факторы, связанные с условиями поставки;

2. факторы производства;

3. факторы потребления;

4. верные ответы 2. и 3.

24. К капитальным затратам, связанным с созданием и поддержанием запасов, относятся:

1. затраты на оплату труда персонала, обслуживающего процессы хранения запасов;

2. основные затраты на закупку товаров или материальных ресурсов, которые несет предприятие;

3. издержки по приобретению и обслуживанию складского оборудования, подъемно-транспортных механизмов и средств механизации склада;

4. верные ответы 2 и 3

25. Каботаж – это:

1. перевозка грузов морским путем между портами РФ;

2. противоправные действия перевозчиков;

3. логистическое обоснование перевозки сельхозпродуктов;

4. верные ответы 2 и 3.

26. Показатель «Грузооборот» учитывает:

1. массу груза и расстояние транспортировки;

2. массу груза и его вес;

3. скорость доставки;

4. верные ответы 2 и 3.

27. Лицензия на право осуществления перевозочной деятельности выдается:

1. транспортными логистическими центрами;

2. транспортно-экспедиционным Министерством;

3. органом государства;

4. верные ответы 2 и 3.

28. Основными задачами складирования являются:

1. определение полезной площади склада, разработка стратегии и тактики оптимального использования полезной площади склада, оптимизация использования емкости склада;

2. оптимизация загрузки подъемно-транспортного оборудования, снижение коэффициента оборачиваемости склада, увеличение времени хранения продукции;

3. оптимизация разгрузки подъемно-транспортного оборудования, повышение коэффициента оборачиваемости склада, снижение времени хранения продукции;

4. верны ответы 1 и 2.

29. Основные функции склада:

1. преобразование производственного ассортимента в потребительский;

2. складирование и хранение продукции;

3. контроль и поддержание требуемого уровня запасов продукции;

4. верны ответы 1, 2 и 3.

30. Основные группы складских помещений:

1. помещения для хранения продукции, для комплектации заказов потребителей, подсобные, административные;

2. основного производственного назначения, вспомогательные, подсобно-технические, административно-бытовые;

3. закрытые, открытые, специализированные, общетоварные;

4. верные ответы 2 и 3.

**Задание 2. Лабораторная работа
Расчет показателей ассортимента**

Рассчитать широту, полноту, устойчивость, новизну и рациональность для каждой торговой фирмы. Для пищевых продуктов повседневного спроса установить соблюдение ассортиментного минимума по наличию 2-3 наименований, определяющих товарный профиль торговой точки. Расчет показателей производится по формулам (1)-(5):

$$K_{ш} = \frac{Ш_{д}}{Ш_{б}} \cdot 100, \quad \% \quad (1)$$

где $K_{ш}$ – коэффициент широты, %;

$Ш_{д}$ – действительная (фактическая) широта наименований товаров разнородных и однородных групп (для учебных целей *собирается информация только по одной группе*);

$Ш_{б}$ – базовая широта.

В качестве базовой широты могут быть приняты:

1) максимальное количество наименований товаров исследуемой группы, обнаруженное во всех обследованных торговых точках;

2) количество наименований товаров, регламентированное действующими стандартами (только для отечественных товаров);

3) количество наименований товаров исследуемой группы, предлагаемой на рынке (информацию можно получить из рекламных изданий):

$$K_{п} = \frac{П_{д}}{П_{б}} \cdot 100, \quad \% \quad (2)$$

где $K_{п}$ – коэффициент полноты, %;

Π_d – действительная (фактическая) полнота или количество товаров однородной подгруппы;

Π_b – базовая полнота (определяется аналогично базовой широте, но для конкретных подгрупп).

$$K_y = \frac{Y}{\Pi_b} \cdot 100, \quad \% \quad (3)$$

где K_y – коэффициент устойчивости, %;

Y – количество товаров однородной группы, пользующихся устойчивым спросом (условно за критерий устойчивости следует считать наличие товара в продаже при начальном и конечном обследовании).

$$K_n = \frac{H}{\Pi_d} \cdot 100, \quad \% \quad (4)$$

где K_n – коэффициент новизны, %;

H – количество нов⁴¹ товаров, появившихся в обследованных фирмах, а также являющихся, по мнению исследователя, новыми.

$$K_p = \frac{K_{ш} \cdot K_{вш} + K_n \cdot K_{вп} + K_y \cdot K_{ву} + K_n \cdot K_{вн}}{4}, \quad (5)$$

где K_p – коэффициент рациональности;

$K_{вш}$ – коэффициент весомости широты;

$K_{вп}$ – коэффициент весомости полноты;

$K_{ву}$ – коэффициент весомости устойчивости;

$K_{вн}$ – коэффициент весомости новизны.

Коэффициенты весомости определяются эмпирическим путем для каждой однородной группы товаров.

Для целей учебного занятия могут быть приняты следующие значения: $K_{вш} = 0,3$; $K_{вп} = 0,2$; $K_{ву} = 0,2$; $K_{вн} = 0,3$.

При проведении более детальных исследований следует определять коэффициенты весомости методом социологических опросов.

Результаты обследования оформите в таблице 1.

Таблица 1

Результаты обследования ассортимента_(%)

Показатели ассортимента	Наименование торговых фирм				
	1	2	3		
	Даты проведения обследования				
Коэффициенты:					
широты					
полноты					
устойчивости					
новизны					
рациональности					

Проанализируйте полученные результаты и сделайте заключение.

Задание 3. Тренинг

Расчет структуры ассортимента

Относительный показатель структуры (C_i) отдельных товаров рассчитывается по формуле:

$$C_i = \frac{A_i}{S_i}, \quad (6)$$

где A_i – количество отдельных товаров в натуральном или денежном выражении;

S_i - суммарное количество всех товаров, имеющих в наличии в натуральном или денежном выражении.

Рассчитайте структуру ассортимента в денежном выражении (условно примите, что в обследованных фирмах товар каждого наименования поступил в количестве 200 кг для развесной продукции и 500 единиц упаковки для фасованной).

Выявите соотношение в процентах между отечественными и импортными товарами. Результаты оформите в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Структура ассортимента _____ в торговых фирмах (в %)

Перечень товаров	Наименование торговых фирм					
	1		2		3	
	Даты обследования					

Проанализируйте полученные данные и укажите рациональна ли структура ассортимента в денежном выражении в каждом из обследованном торговом предприятии. Ответ аргументируйте.

Тема № 12. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности

Задание 1.

Деловая игра «Особенности составления внешнеторгового контракта»

Летом 2000 года сотрудники ООО «Орел» наконец сумели уговорить своего генерального директора г-на Иванова, не признающего праздников и выходных, отправиться в недельную туристическую поездку в Китай. Поездка проходила вполне спокойно, пока младший сын г-на Иванова с плачем и криками не потребовал: «Хочу новые кроссовки!!!». Никакие доводы о плохом качестве китайских товаров на ребенка не действовали. Выбор пал на один из крупных пекинских магазинов спортивной одежды. Обувь оказалась неплохого качества, имела прекрасный товарный вид и цену, чуть более низкую, чем у конкурентов. Поинтересовавшись названием фирмы-производителя г-н Иванов узнал, что выпускает обувь малоизвестная фирма «Чин-сао», а цены снижены из-за скопившихся на складах запасов обуви, оказавшейся слишком больших размеров для китайцев.

Вернувшись домой г-н Иванов узнал об отсутствии в продаже именно тех типов обуви, которые бесцельно пылились на складах в Китае и потенциальной готовности оптовых покупателей приобрести крупные партии товара. Директор фирмы «Чин-сао» г-н Мень высказал готовность продать партию обуви по сниженным ценам и устраивающей обе стороны спецификации на сумму не менее 1 млн.у.е. и выслал образцы предлагаемой обуви.

Анализ образцов выявил их соответствие ГОСТу и отсутствие каких-либо препятствий к ввозу и продаже предлагаемой обуви в Российской Федерации. При применении в договоре INCOTERMS затраты покупателя при использовании условий группы «D» составят 10 000 у.е. и при переходе к каждой предыдущей группе будут повышаться на 10 000 у.е., а затраты продавца при использовании условий группы «E»

составят 10 000 у.е. и при переходе к каждой последующей группе будут повышаться на 10 000 у.е.

Теперь сотрудникам двух фирм предстоит определить наиболее выгодные для каждой из сторон условия заключения договора, а руководству двух фирм предстоит путем переговоров ответить на следующие ключевые для подписания договора вопросы:

Качество товара (количество и ассортимент считать согласованными ранее).

Сертификация товара.

Базис поставки.

Экспортные и импортные лицензии.

Уплата налогов, сборов и пошлин.

Страхование.

Документация для подтверждения надлежащего исполнения обязательств.

Сроки поставки.

Условия платежа.

Определение применимого права. Порядок разрешения споров.

Ответственность за нарушение обязательств.

Освобождение от ответственности.

Возможные дополнительные условия.

А сотрудникам фирм на местах необходимо позаботиться о подготовке дополнительных документов необходимых для осуществления сделки в соответствии с внутренним таможенным и валютным законодательством.

Студентам предлагается разделившись на две команды провести переговоры по условиям заключения рассматриваемого контракта и согласовать его условия.

Задание 2. Задача расчетного характера

Немецкая фирма планирует экспортировать кухонный микропроцессор в США на условиях ФОБ Гамбург. В результате изучения американского товарного рынка были получены следующие данные:

розничная цена продажи аналогичного товара потребителю на внутреннем рынке

США — 400 долл., включая налог с продаж, который составил 8,25% от розничной цены

наценка импортера — 100% от объема продаж фирмы

наценка оптовика — 30% от объема продаж импортера

наценка розничного торговца — 100% от объема продаж оптовика

таможенный сбор — 9% от ФОБ

стоимость получения груза с таможни и складирование по прибытии — 3% от СИФ

стоимость накладных расходов (фрахт, транзит, страхование) — 15% от ФОБ.

Рассчитать цену предложения ФОБ Гамбург. Разработать возможные ценовые варианты предложения для фирмы.

Задание 3. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. Признаками международной коммерческой сделки являются:

а) перемещение предмета сделки за границу страны-продавца;

б) совершение платежа в иностранной валюте;

в) совершение сделки между сторонами разной национальности;

г) совершение сделки между партнерами, предприятия которых находятся в разных странах.

2. Согласно международным нормам международная коммерческая сделка может быть заключена:

а) устно;

б) письменно;

в) как письменно, так и устно;

д) при встрече.

3. Письменной формой международной коммерческой сделки согласно международным нормам считается:

- а) контракт,
- б) переписка контрагентов,
- в) предложение экспортера и ответ покупателя,
- г) предложение экспортера и акцепт покупателя,
- д) запрос покупателя и оферта продавца.

4. Предложение продавца, направленное конкретному покупателю и содержащее срок для ответа, называется:

- а) оферта,
- б) акцепт,
- в) твердая оферта,
- г) свободная оферта.

5. Продажа на зарубежном рынке товара, ранее купленного на другом рынке, без его переработки называется:

- а) экспорт,
- б) импорт,
- в) реэкспорт,
- г) реимпорт.

6. Контракт со сроком поставки «немедленно» исполняется:

- а) на следующий день после заключения контракта,
- б) в течение недели,
- в) после извещения покупателя о готовности принять товар,
- г) в течение 14 рабочих дней с даты подписания контракта.

7. Какие оговорки по качеству используются во внешнеторговых контрактах:

- а) соответствие стандарту;
- б) соответствие описанию;
- в) соответствие образцу;
- г) соответствие мировым стандартам;
- д) высший сорт;
- е) такой, какой есть.

8. Базисные условия поставки в контракте определяют:

- а) порядок перевозки товара,
- б) распределение расходов;
- в) степень риска сделки,
- г) ответственность сторон за исполнение контракта;
- д) момент перехода риска с продавца на покупателя по доставке товара между продавцом и покупателем,

9. Какие способы фиксации цены используются в

- а) твердая цена,
- б) цена с последующей фиксацией,
- в) переменная цена,
- г) подвижная цена,
- д) скользящая цена,
- е) кумулятивная цена.

10. Споры по внешнеторговым контрактам обычно рассматриваются:

- а) в местном суде ответчика;
- б) в специализированном арбитраже;
- в) в специализированном арбитраже по месту подписания контракта;
- г) арбитражным судом, указанным сторонами контракта.

11. Какие обстоятельства могут считаться форс-мажорными:

- а) любые стихийные бедствия;
- б) любые правительственные меры регулирования международной торговли;

- в) обязательства чрезвычайного характера, которые стороны не могли предвидеть;
- г) обстоятельства, препятствующие исполнению контракта.

12. Понятие «договорная территория» в посредническом соглашении представляет собой:

- а) территорию, на которой расположено предприятие посредника;
- б) территорию, на которой посредник реализует товары экспортера;
- в) территорию, на которой экспортер самостоятельно реализует свою продукцию.

13. Оговорка об «исключительном праве» в посредническом соглашении, означает, что:

- а) экспортер имеет исключительные права на реализацию своей продукции;
- б) посредник получает исключительное право на реализацию продукции экспортера;
- в) посреднику предоставляется исключительное право выбирать продукцию экспортера.

14. По договору консигнации товары экспортера до их реализации — продажи конечному потребителю — находятся:

- а) на складе экспортера в стране экспорта;
- б) на складе посредника в стране импорта;
- в) на складе экспортера в стране импорта;
- г) на складе посредника в третьей стране.

15. Товары экспортера, не реализованные консигнатором в течение срока консигнации:

- а) возвращаются экспортеру;
- б) покупаются консигнатором;
- в) списываются и уничтожаются;
- г) могут быть использованы по любому другому назначению;
- д) либо возвращаются экспортеру, либо приобретаются посредником.

16. Посредник, заключивший с экспортером соглашение о предоставлении права на продажу, продает товары экспортера:

- а) от имени экспортера и за свой счет;
- б) от своего имени и за свой счет;
- в) от своего имени и за счет экспортера;
- г) от имени экспортера и за счет экспортера,

17. В международной торговле понятие платежа наличными предполагает, что:

- а) покупатель передает продавцу банкноты после заключения контракта;
- б) покупатель оплачивает по кредитной карте в момент получения товара;
- в) платеж осуществляется до поставки товара;
- г) между поставкой товара и оплатой нет большого разрыва во времени;
- д) между поставкой товара и оплатой существует значительный разрыв во времени.

18. В сделке финансируемого лизинга участвуют:

- а) арендатор и производитель арендуемого оборудования;
- б) арендатор и лизинговая компания;
- в) производитель арендуемого оборудования и лизинговая компания;
- г) арендатор, лизинговая компания и производитель арендуемого оборудования.

19. На международных товарных биржах заключаются сделки:

- а) на стандартизированные товары, промышленное сырье и сельскохозяйственную продукцию;
- б) промышленное оборудование;
- в) сырьевые товары с индивидуальными свойствами.

20. Для установления контрактных цен в международных коммерческих сделках используются:

- а) внутренние цены производителя;
- б) биржевые котировки;
- в) публикации в деловой прессе;
- г) прейскуранты и ценники;
- д) цены ведущих мировых экспортеров;
- е) справочные цены мировых товарных рынков;
- ж) расчетные цены таможенных органов.

Тема № 13. Риски в коммерческой деятельности и ее эффективность

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 20 минут.

1. Заключение на бирже фьючерсного контракта на определенное количество товара по строго оговоренной цене с целью сглаживания резких колебаний цен - это:

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

2. Метод ведения бизнеса, основанный на взаимовыгодном партнерстве крупного и мелкого предпринимательства с предоставлением начинающему предпринимателю права использовать уже отработанные технологии и уже известную, популярную торговую марку, получать консультации и содействие в организации бизнеса – это:

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

3. Финансово – коммерческая услуга, при которой банк или какая – либо фирма приобретает у поставщика товаров его требования к покупателям с тем, чтобы в дальнейшем взыскать их с покупателей, и получает за это % с взысканной суммы и премию за риск – это:

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

4. Правообладатель, предоставляющий за вознаграждение право использовать свои фирменные средства (товарный знак, ноу-хау), называется:

- а) комитент
- б) франчайзер
- в) франчайзи
- г) дилер

5. Создание предприятием специального резервного фонда для возмещения случайных потерь называется:

- а) страхование
- б) самострахование
- г) хеджирование

6. Как в ГК РФ называется метод ведения бизнеса, именуемый в международной практике франчайзингом.

- а) конверсия
- б) концессия

7. Непредсказуемое изменение конъюнктуры рынка, мировой конъюнктуры акций и других ценных бумаг относится к:

- а) неизбежному
- б) неопределенному риску

8. Если компания имеет много единиц однотипного имущества, какой способ уменьшения коммерческого риска является предпочтительнее:

- а) страхование
- б) создание резервного фонда.

9. Фьючерсный контракт – это:

- а) контракт с отсроченной оплатой
- б) контракт на еще не произведенный товар.

10. Торгово-технологическое оборудование, транспорт, компьютеры, контрольно-кассовые аппараты относятся к:

- а) активной части ОПФ
- б) пассивной части ОПФ
- в) основной части ОПФ

11. Отношение стоимости ОПФ к численности работников – это:

- а) фондооснащенность
- б) фондоотдача

12. Рентабельность ОПФ – это:

- а) отношение прибыли к стоимости ОПФ
- б) отношение количества нового оборудования к общему количеству оборудования
- в) отношение товарооборота к торговой площади.

13. В проекте заложена неправильная стратегия развития бизнеса. К какой группе рисков это относится?

- а) Коммерческие риски, связанные с неправильным выбором экономических целей;
- б) Коммерческий риск не выдерживания срока проекта.
- с) Маркетинговый риск.

14. При осуществлении проекта стоимость оборудования, заложенная в инвестиционный этап, оказалась существенно меньше фактической. К какой группе рисков это относится?

- а) Коммерческие риски, связанные с неправильным выбором экономических целей;
- б) Маркетинговые риски капитальных закупок и технического снабжения проекта;
- с) Риск не обеспечения инновационного проекта финансированием.

15. Фирма длительное время являлась монополистом в своей области. За последнее время у нее появилось два конкурента. К какой группе рисков это относится?

- а) Общеэкономические риски;
- б) Маркетинговые риски;
- с) Финансовые риски;
- д) Организационные риски;
- е) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

16. Фирма заключила договор с контрагентом, который не выполнил заказ к установленному сроку из-за нехватки производственной мощности. К какой группе рисков это относится?

- а) Общеэкономические риски;
- б) Маркетинговые риски;
- с) Финансовые риски;
- д) Организационные риски;
- е) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

17. В ходе подготовки площадки для организации строительных работ были созданы неудобства для жителей, проживающих в окрестных домах. К какой группе рисков это относится?

- а) Общеэкономические риски;
- б) Маркетинговые риски;
- с) Финансовые риски;
- д) Организационные риски;
- е) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

18. Разработанная технология, составляющая основу проекта, была скопирована конкурентами и внедрена в их производство. К какой группе рисков это относится?

- a) Общеэкономические риски;
- b) Маркетинговые риски;
- c) Финансовые риски;
- d) Организационные риски;
- e) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

19. В ходе реализации проекта выяснилось, что отходы производства должны быть захоронены в специальных хранилищах, в противном случае производство будет закрыто. К какой группе рисков это относится?

- a) Общеэкономические риски;
- b) Маркетинговые риски;
- c) Финансовые риски;
- d) Организационные риски;
- e) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

20. В чем выражается риск нелегальной имитации конкурентами принципиальных решений вашего продукта:

- a) Издержки, связанные с упущенной выгодой;
- b) Урон торговой марке из-за низкого качества;
- c) В данном случае риска нет.

21. В ходе реализации проекта возникает проблема, связанная с неудачной организацией сети сбыта. К какой группе рисков это относится?

- a) Общеэкономические риски;
- b) Маркетинговые риски;
- c) Финансовые риски;
- d) Организационные риски;
- e) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

22. Какие риски носят более катастрофический характер?

- a) Технические;
- b) Коммерческие.

Задание 2. Деловая игра «Коммерческий риск и способы его уменьшения»

Неотъемлемым условием коммерческой деятельности является ответственность за принимаемые решения, их последствия и связанный с этим риск. Большинство обращающихся к тем или иным видам коммерции рассчитывают на гарантированный успех. Но коммерция и рынок невозможны без банкротства, провалов и связанных с ними последствий.

Настоящая игра дает наглядное представление о видах коммерческого риска при проведении различных финансовых операций. Кроме того, игра знакомит с основным методом снижения коммерческого риска — его страхованием.

Описание игры. Участники игры (коммерсанты) рассаживаются по кругу. Каждый из них получает личный номер, начиная от единицы и далее, двигаясь по часовой стрелке. Соседи коммерсанта справа и слева становятся его партнерами, связанными с коммерсантом тесными технологическими и экономическими узами, а также договорными отношениями. Таким образом, каждый коммерсант имеет по два партнера, например, партнерами коммерсанта под № 5 являются коммерсанты № 4 и № 6.

Коммерсанты на свой риск ведут коммерческую деятельность. Предлагается несколько видов такой деятельности с различными уровнями риска и, соответственно, прибыльности (табл. 1.1). Как известно, самые рискованные операции обычно являются самыми прибыльными. Народная мудрость давно подметила эту особенность. Отсюда

берут начало известные русские поговорки: «Или пан, или пропал», «Или грудь в крестах, или голова в кустах».

Таблица 1.1

Коммерческие операции по степени риска и прибыльности

Коммерческая операция	Степень риска (убытки), %	Прибыль, %
1. Игра на бирже	50	100
2. Производство нового товара	30	60
3. Производство традиционного товара	10	20

Все коммерсанты имеют первоначальный капитал в 100 д. е. (денежных единиц). Они могут вкладывать его в любую операцию на выбор либо в несколько операций сразу. Из трех предлагаемых коммерческих операций первая является операцией с повышенной степенью риска, возникающего вследствие высокого уровня неопределенности, присущего биржевой игре. Недаром символом Нью-Йоркской фондовой биржи являются борющиеся бык и медведь. Итог их схватки практически непредсказуем. Здесь, как в картах, — выиграл, значит, повезло. Другое дело — третья операция (производство традиционного товара). Риск и неопределенность здесь минимальны: рынок известен, неудачи сведены к нулю.

Участники могут застраховать свой риск на величину убытков в страховой компании или у ведущего. При этом страховой взнос определяется по договоренности между коммерсантом и страховщиком. К примеру, если вы вкладываете 50 д. е. в первую операцию, то убытки в результате наступления нежелательного события могут составить 50% от этой суммы, т. е. 25 д. е. Это и будет сумма, на которую необходимо заключать договор.

Роль случайности в игре представлена карточками, количество которых равно числу участников игры. Примерно 2/3 из них имеет надпись «Все в порядке», получение такой карточки не влечет никаких последствий для участника. Это означает, что его коммерческая операция удалась. Оставшаяся 1/3 карточек с надписью «Вам не повезло» означает наступление нежелательного события, влекущего убытки. В этом случае выплачиваемая сумма убытков делится между партнерами предприятия, понесшего убытки. Если риск был застрахован, то данные суммы выплачивает страховая компания или ведущий.

В игру может быть введена карточка «Форс-мажор, непреодолимая сила», означающая пожары, стихийные бедствия, войны ит. п., т. е. такие нежелательные события, которые нельзя предотвратить. Данная карточка влечет потерю участником всех своих денежных средств, вложенных в коммерческие операции. Если эти операции застрахованы, то выплачивается страховое возмещение, если не застрахованы, коммерсант считается банкротом и выбывает из игры. При этом общее число карточек случайных событий на следующем этапе уменьшается на единицу.

Участники игры и их функции. В игре принимают участие коммерсанты, ведущий и страховая компания.

1. *Коммерсанты* имеют первоначальный капитал в 100 д. е. и на каждом из этапов игры вкладывают деньги в одну или несколько коммерческих операций. Могут страховать коммерческий риск. В случае нежелательного события выплачивают партнерам штрафы в размере половины суммы убытков каждому.

Ведущий воспроизводит на доске схему карточки учета, объясняет участникам правила игры и следит за их исполнением. На каждом этапе игры собирает карточки учета, тасует и раздает участникам карточки случайных событий. Определяет победителей и подводит итоги игры.

Коммерсант № _____		
Этап № _____		
Операция №	Вложено средств	Страховка на сумму
1		
2		
3		

Кроме того, в случае использования в игре карточек-денег ведущий выплачивает прибыль по коммерческим операциям, исходя из данных схемы и затраченных на них коммерсантом денежных средств.

3. *Страховая компания* располагает первоначальным капиталом в 300 д. е. Осуществляет страхование коммерческого риска в размере суммы убытков для каждой операции и затраченных на нее коммерсантом средств. По взаимной договоренности с коммерсантом устанавливает размер страхового взноса. Прибыль страховой компании складывается из суммы страховых взносов коммерсантов.

В случае использования в игре для ведения расчетов Сводной таблицы (табл. 1.2) функции страховой компании берет на себя ведущий.

Таблица 1.2

Сводная таблица игры

Коммерсан т	Коммерческие операции (вложено/страховка)			Расчетный счет
	1	2	3	
№ 1				
№ 2				
И т. д.				

После объяснения ведущим правил игры коммерсанты выбирают одну или несколько коммерческих операций, которые они намереваются вести на данном этапе. Все эти данные (наименование операции, вложенную в нее сумму, страховку) коммерсант вносит в карточку учета и сдает ее ведущему.

Затем ведущий тасует и раздает участникам карточки случайных событий. После чего происходит подсчет прибылей-убытков, выплачиваются страховые возмещения и прибыль, происходят расчеты между коммерсантами. Как уже было отмечено, расчеты в игре могут осуществляться двумя способами: с использованием карточек-денег и при помощи Сводной таблицы.

В первом случае страховые возмещения выплачивает страховая компания, а прибыль — ведущий. Такой способ расчетов имеет недостатки. Среди них отметим значительную потерю игрового времени и трудность в осуществлении контроля. Опыт показывает, что в этом случае ведущий должен иметь двух или трех помощников.

Способ расчетов с использованием сводной таблицы избавлен от этих недостатков. В этом случае все игроки по очереди подходят к доске и заполняют соответствующие графы сводной таблицы. Ведущий имеет возможность контролировать их действия при помощи собранных заранее карточек учета. Кроме того, здесь контроль осуществляет вся аудитория, к которой обращается коммерсант. По ходу заполнения он рассказывает о своих действиях, показывает слушателям полученную карточку случайного события, а при понесении убытков переводит соответствующие суммы на расчетные счета партнеров.

Большое значение имеет выбор участниками правильной стратегии и тактики поведения в игре. Каждый коммерсант должен решить для себя сложную задачу: либо рискнуть тем, что есть, в надежде на получение высокой прибыли, либо не рискнуть и

оставаться «при своих». В реальной хозяйственной деятельности коммерсанты сталкиваются с подобной дилеммой на каждом шагу, от ее решения зависит будущее.

В предлагаемой игре может быть несколько типов игрового поведения участников.

Проводить операции с повышенной степенью риска в надежде получить высокую прибыль. Данная линия поведения может быть оправдана лишь в том случае, если проводится страхование предпринимаемых коммерческих операций. Однако и здесь велика возможность проигрыша, так как при наступлении нежелательного события коммерсант, даже если он застраховался, все равно сможет вернуть свои деньги, потому что он уже заплатил страховой взнос.

Проводить операции с минимальной степенью риска либо не проводить их вообще. Это верный путь сохранения собственных денег. Однако в этом случае коммерсант перестает быть коммерсантом в собственном смысле этого слова. Деньги для него перестают быть капиталом и лежат мертвым грузом, не принося никакой прибыли.

3. Наиболее удачной будет такая стратегия поведения, которая предусматривает комбинацию различных коммерческих операций. Данный путь в заданной экономической практике называется хиджированием. Для того чтобы уменьшить коммерческий риск от какой-либо финансовой операции, компания заключает множество других контрактов, степень риска которых минимальна. Таким образом, общий риск компании снижается.

Другими методами снижения коммерческого риска является сбор дополнительной информации и разработка на ее основе достоверного прогноза поведения экономической системы в будущем; диверсификация производства (например, наряду с новыми товарами выпуск традиционных товаров, дающих стабильный доход); ограничение потерь (при росте потерь сверх какой-то заранее запланированной суммы коммерческая операция автоматически прерывается).

Задание 3. Ситуационная задача

Цель выполнения задания: научиться рассчитывать риск активов портфеля и риск всего портфеля, а также ожидаемую доходность активов и ожидаемую доходность всего портфеля. Управляющий портфелем, имея информацию о доходности и рисках, должен качественно оценить ситуацию на рынке и принять инвестиционное решение.

Сделайте прогноз изменения иены на 3 месяца по всем четырем валютам. Финансовые условия задачи: на счете 100 000 долларов США. Кредитное плечо 1:100. Минимальный лот 0,1. Так как вам придется оперировать 4-мя валютами, то у вас есть возможность по каждой валюте открывать по две позиции. Необходимо решить следующую задачу: оценить оптимальность портфеля; рассчитать риск и ожидаемую доходность по каждому активу и всему портфелю. Попытаемся найти ожидаемую доходность всего портфеля. Судя по формуле, нам неизвестны удельный вес актива в портфеле и ожидаемую доходность актива. Чтобы найти удельный вес каждого актива, необходимо определить, какую сумму вы намерены использовать в каждой открытой позиции (их должно быть по две на каждую валюту. После чего необходимо определить вес каждого актива в портфеле. Этот алгоритм полностью зависит от способностей, ожиданий и намерений аналитика (то есть вас). Далее, нам необходимо рассчитать ожидаемую доходность каждого актива. Обратимся к соответствующей методике. Для чего, необходимо определить вероятность достижения графика до прогнозируемых вами уровней.

Этих уровней должно быть по 3 в сторону длинной позиции по каждой валюте и по 3 в сторону короткой. Сведите данные в таблицу и назначьте вероятность достижения графика до этих уровней. Вероятность определяется только исходя из ваших аналитических способностей, без математических приемов. После этого рассчитайте ожидаемую доходность портфеля. Следующий этап – необходимо рассчитать ожидаемый риск каждого актива. Активом будет называться каждая позиция по той или иной валюте. Так, если мы оперируем 4-мя валютами, по которым возможно открыть по 2 позиции, то наш портфель будет состоять из 8 активов. Отметим, что средняя доходность актива мы

рассчитаем исходя из уже осуществленного нами анализа по вероятности достижения курса валюты до трех уровней с момента открытия позиции. Позицию вы будете открывать, находясь на крайнем правом баре по каждому графику (бар – графическое изображение изменения цены инструмента за определенный период времени). Затем, когда вы рассчитаете значение среднеквадратического отклонения, вам необходимо оценить этот результат качественно и сделать вывод: о чем говорит данное значение риска, высоко оно или нормально. Для этого необходимо обратиться к учебникам или пособию по статистике. Следующий этап – рассчитать ожидаемый риск портфеля.

Напомним из лекции, что значение ковариации может быть в интервале от -1 до $+1$. Затем рассчитайте корреляцию между каждыми двумя активами портфеля и проанализируйте, сколько активов между собой связано прямо пропорционально от изменения рыночной конъюнктуры, а сколько – обратно пропорционально. После получения результата сделайте выводы о вашем портфеле, насколько он оптимально организован.

Темы рефератов по дисциплине

1. Знаменитые отечественные коммерсанты и их исторический вклад в экономику, политику, искусство
2. Задачи и направления развития и совершенствования коммерческой работы в современных условиях.
3. Особенности развития коммерческой деятельности в России на различных исторических этапах.
4. Роль коммерческой информации в современном мире. Механизм ее защиты в РФ и других странах.
5. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта.
6. Конфликтные ситуации в коммерческих переговорах и пути их разрешения.
7. Франчайзинг в мировой практике и в России.
8. Лизинг как прогрессивная форма инвестирования.
9. Усиление роли договоров в рыночной экономике.
10. Роль и технология инвестирования в современном мире.
11. Значение реновации основных производственных фондов в торговле для повышения эффективности работы торгового предприятия и улучшения качества обслуживания населения.
12. Роль биржевой торговли и ее место в современном мире.
13. Организация деятельности, виды и роль оптовых ярмарок.
14. Особенности организации и проведения аукционной продажи товаров.
15. Содержание коммерческой деятельности в розничной торговле.
16. Современные методы стимулирования продаж в розничной сети.
17. Прогрессивные формы внемагазинного обслуживания населения. Рост их доли в мировом товарообороте.
18. Роль рекламно-информационной деятельности в современной торговле и пути развития рекламного бизнеса.
19. Значение публичных рилейшнз для создания положительного имиджа предприятия и продукции.
20. Использование психологических принципов в рекламной деятельности.
21. Реклама как двигатель торговли.
22. Роль, задачи и перспективы развития малого предпринимательства в современной России.
23. Вклад малого предпринимательства в экономику региона. Проблемы, достижения, недостатки.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Тестовые задания. Тестовая форма -позволяет охватить большое количество критериев оценки и допускает компьютерную обработку данных. Как правило, предлагаемые тесты оценки компетенций делятся на психологические, квалификационные (в учебном процессе эту роль частично выполняет педагогический тест) и физиологические.

Современный тест, разработанный в соответствии со всеми требованиями компетентностного подхода, может включать задания различных типов.

В обычной практике применения тестов для упрощения процедуры оценивания как правило используется простая схема:

–отметка «удовлетворительно», если правильно выполнено 50 –70% тестовых заданий;

–«хорошо», если правильно выполнено 70 –85 % тестовых заданий;

–«отлично», если правильно выполнено 85 –100 % тестовых заданий.

Решение заданий в тестовой форме проводится в течение изучения дисциплины. Преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные акты и теоретические источники для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.

Тестирование проводится в письменной форме. На тестирование отводится 15-20 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос дается 0,5 баллов.

Перевод баллов в оценку. Согласно технологической карте на выполнение теста выделяется 10 баллов. Таким образом, 10 баллов/ 20 вопросов = 0,5 баллов

Задания «кейс-стади». Кейс-задача по имитации производственной ситуации - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для разрешения данной проблемы путем решения нескольких задач. Позволяет оценивать уровень усвоения знаний, умений и готовность к трудовым действиям со способностью решать нетипичные профессиональные задачи.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов.

Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Критериями оценки выполненного кейс-задания являются:

1. Научно-теоретический уровень выполнения кейс-задания и выступления.
2. Полнота решения кейса.
3. Степень творчества и самостоятельности в подходе к анализу кейса и его решению. Доказательность и убедительность.
4. Форма изложения материала (свободная; своими словами; грамотность устной или письменной речи) и качество презентации.
5. Культура речи, жестов, мимики при устной презентации.
6. Полнота и всесторонность выводов.
7. Наличие собственных взглядов на проблему.

Оценка за кейс-задание выставляется по балльной шкале, принятой в образовательной организации.

Задачи. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных методов и законов изучаемой теории при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученных знаний. Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Шкала оценивания:

«отлично» - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на изученный материал;

«хорошо» - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения;

«удовлетворительно» - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками при неполном использовании понятийного аппарата дисциплины;

«неудовлетворительно» - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

На решение типовых задач отводиться 10 минут.

Реферат – форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении вариативных (профильных) дисциплин профессионального цикла. Как правило, реферат представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы по определенной научной теме.

Шкала оценивания:

«отлично» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

«удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; тема освоена

лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

«неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Курсовая работа. Курсовая работа по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности» является одним из способов закрепления знаний, полученных по предмету, путём их практического применения. Выполнение курсовой работы направлено на приобретение обучающимися практического опыта по систематизации полученных знаний и практических умений, более углубленному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Цель выполнения курсовой работы:

1. систематизация и закрепление полученных знаний и практических умений;
2. углубление теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
3. формирование умений применять теоретические знания при решении различных производственных проблемных ситуаций;
4. формирование умений использовать справочную, нормативную и правовую документацию;
5. развитие творческой инициативы, самостоятельности и организованности;
6. подготовка к аттестации;
7. выявление уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе.

Общее руководство и контроль хода выполнения курсовой работы осуществляется руководителем, закрепленным приказом ректора. Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину, рассматривается, принимается и утверждается на заседании выпускающей кафедры. Тему курсовой работы студенты выбирают самостоятельно или по рекомендации руководителя из разработанного перечня тем

Рекомендации по написанию курсовой работы

Основные этапы курсовой работы:

- выбрать тему для курсовой работы (см. «Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности»);
- определить объект исследования;
- изучить теоретические основы и проблемы, решаемые в работе;
- дать краткую характеристику объекту исследования;
- систематизировать необходимую информацию по исследуемой теме.

Основные требования к оформлению текста работы

1. Работа выполняется на белой стандартной бумаге формата А4 (210*297мм).
2. Работа печатается через 1,5 интервала при размере шрифта 14.
3. Поля: левое – 3, верхнее, нижнее – 2, правое 1,5.
4. Объем курсовой работы – 30стр.
5. Страницы нумеруются, начиная со второй. Первая страница, т.е. титульный лист, не нумеруется, но считается. Страницы нумеруются в правом нижнем углу.
6. Оформление заголовков:
 - заголовок может располагаться по центру строки;
 - заголовок выделяют жирным шрифтом;
 - в конце заголовка знаки препинания не ставятся;
 - между заголовком и текстом делают на 1 интервал больше, чем между строками текста;
 - нельзя писать заголовок в конце страницы, если за ним не умещаются 2-3 строки идущего за заголовком текста.

7. Знаки препинания ставятся непосредственно после последней буквы слова. После них делают пробел (кроме многоточия).
8. Слова, заключенные в скобках, не отделяются от них пробелами.
9. Знак «тире» всегда выделяется с двух сторон пробелами.
10. После знака параграфа или № делают пробел.
11. Знак % пишется после цифры без пробела.
12. Каждый абзац печатается с красной строки – 1,25 см.

Таблицы нумеруются двойной записью сквозной для данного раздела, располагая с левой стороны листа. Заголовки граф и строк следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельные значения. В конце заголовка и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки и подзаголовки граф указывают в единственном числе.

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, а при необходимости в приложении к работе.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа (альбомная ориентация).

Структура курсовой работы

Работа подшивается в следующей последовательности:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть курсовой работы (разделы);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Промежуточная аттестация по итогам освоения междисциплинарного курса позволяет оценить уровень сформированности компетенций и осуществляется в форме – экзамена.

Экзамен письменный. Продолжительность 60 минут. Рекомендуется распределять время таким образом: 15 мин – задача (кейс) и по 15 мин на три теоретических вопроса. Изложение должно быть кратким, но содержать все необходимые определения и формулировки. Для получения отличной оценки ответ должен содержать практические примеры.

Экзамен позволяет проверить способность экзаменуемого в использовании приобретенных знаний в виде устного собеседования по билету.