

**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
ТОРГОВЛИ»**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ– 38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ – СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ

Махачкала – 2023

УДК 338.22

ББК 65.292 я7

Автор-составитель - Хасбулатова Барият Меджидовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГУНХ

Внутренний рецензент - Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Менеджмент» ДГУНХ.

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

Представитель работодателя - Алимйрзаева Забидат Ахмедовна, руководитель отдела закупок торгового дома «Еврострой».

Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация торговли» 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 (ред. от 01.09.2022 г.) , 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 торговли» размещена на сайте www.dgunh.ru

Хасбулатова Б.М. Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу «Организация торговли» для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)– Махачкала: ДГУНХ, 2023 г., 85 с.

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

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

Махачкала – 2023.....	1
УДК 338.22.....	2
ББК 65.292 я7.....	2
<i>Автор-составитель</i> - Хасбулатова Барият Меджидовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГУНХ.....	2
<i>Внутренний рецензент</i> - Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Менеджмент» ДГУНХ.....	2
<i>Внешний рецензент</i> - Абдурашидова Аминат Магомедкалильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан».....	2
<i>Представитель работодателя</i> - Алимурзаева Забидат Ахмедовна, руководитель отдела закупок торгового дома «Еврострой».....	2
Назначение фонда оценочных средств.....	6
I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	7
1.1. Перечень формируемых компетенций.....	7
1.2. Компонентный состав компетенций.....	7
компонентный состав компетенции.....	7
код и формулировка компетенции.....	7
знать:.....	7
уметь:.....	7
иметь практический опыт:.....	7
сущность своей профессиональной деятельности, объекты деятельности, основные особенности работы по избранной профессии-31.....	7
грамотно выражать мысли и аргументировать в вопросах, касающихся сущности и социальной значимости своей будущей профессии; проявлять к ней устойчивый интерес при выполнении практических заданий-У1.....	7
активность, инициативность в процессе решения практических задач и освоения профессиональной деятельностью в целом-ПО 1.....	7
методы и способы выполнения профессиональных задач;.....	8
составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности-32.....	8
эффективно организовывать собственную деятельность и решать профессиональные задачи-У2... 8	8
-осуществляет выбор и методов, и способов решения профессиональных задач- ПО 2;.....	8
-использует различные методы оценки эффективности собственной деятельности- ПО 3.....	8
сущность рисков в торговом деле, критерии их оценки-33.....	8
распознавать и оценивать опасности в стандартных и нестандартных ситуациях-У3.....	8
применяет навыки обнаружения и предотвращения опасности в стандартных и нестандартных ситуациях- ПО 4.....	8

методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития-34.....	8
искать и использовать различные источники информации включая электронные, для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития-У4.....	8
использует стандарты, технические условия, положения и инструкции при решении расчетных и ситуационных задач, практических и лабораторных работ, при написании рефератов и других творческих работ- ПО 5.....	8
ПК 1.2: На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.....	8
виды товарных запасов, основные принципы их размещения и хранения; типы складских помещений и организацию работы складов-35.....	8
управлять товарными запасами и потоками;.....	8
работать на складе-У5.....	8
владеет навыками управления товарными запасами и потоками, организации работы на складе-ПО 6.....	8
ПК 1.3: Принимать товары по количеству и качеству.....	8
основные правила приемки товаров по количеству и качеству;.....	8
количественные и качественные показатели товаров-36.....	8
обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству-У6.....	8
осуществляет приемку товаров по количеству и качеству- ПО 7.....	8
ПК 1.4: Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.....	9
организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию-37.....	9
устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли-У7.....	9
обосновывает правильность идентификации вида, класс и типа организаций розничной и оптовой торговли- ПО 8.....	9
ПК 1.5: Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.....	9
услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные;.....	9
правила торговли-38.....	9
оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли-У8.....	9
выполнение технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации- ПО 9.....	9
ПК 1.6: Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.....	9
основные положения, необходимые при проведении сертификации услуг-39.....	9
организовывать работу по добровольной сертификации услуг-У9.....	9
выполнение и соблюдение всех процедур при проведении добровольной сертификации услуг- ПО 10	9

II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	10
2.1 Структура фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	10
2.2 Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств.....	12
ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	12
2.3. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине при экзамене.....	18
III ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	20
3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся.....	20
IV. Спрос и предложение.....	24
IX. Затраты.....	26
Задание 3. Задания для выполнения деловой игры.....	30
Деловая игра.....	30
«Требования к предпринимателю (лидеру фирмы)».....	30
Задание 3. Разбор Кейса.....	35
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.....	35
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.....	35
Признаки сегментирования.....	58
Вид товара.....	62
3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся.....	81
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	85

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 торговли» 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 торговли» 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 обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения 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 торговли» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка 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-1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение
ПК-1.3	Принимать товары по количеству и качеству
ПК-1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли
ПК-1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли
ПК-1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг

1.2. Компонентный состав компетенций

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	иметь практический опыт:
ОК-1: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	сущность своей профессиональной деятельности, объекты деятельности, основные особенности работы по избранной профессии-31	грамотно выражать мысли и аргументировать в вопросах, касающихся сущности и социальной значимости своей будущей профессии; проявлять к ней устойчивый интерес при выполнении практических заданий-У1	активность, инициативность в процессе решения практических задач и освоения профессиональной деятельностью в целом-ПО 1

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	эффективно организовывать собственную деятельность и решать профессиональные задачи-У2	-осуществляет выбор и методов, и способов решения профессиональных задач- ПО 2; -использует различные методы оценки эффективности собственной деятельности- ПО 3.
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	распознавать и оценивать опасности в стандартных и нестандартных ситуациях-У3	применяет навыки обнаружения и предотвращения опасности в стандартных и нестандартных ситуациях- ПО 4
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	искать и использовать различные источники информации включая электронные, для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития-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-ПО 5
ПК 1.2: На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.	виды товарных запасов, основные принципы их размещения и хранения; типы складских помещений и организацию работы складов-35.	управлять товарными запасами и потоками; работать на складе-У5.	владеет навыками управления товарными запасами и потоками, организации работы на складе- ПО 6.
ПК 1.3: Принимать товары по количеству и качеству.	основные правила приемки товаров по количеству и качеству; количественные и качественные	обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству-У6.	осуществляет приемку товаров по количеству и качеству- ПО 7.

	показатели товаров-36.		
ПК 1.4: Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.	организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию-37.	устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли-У7.	обосновывает правильность идентификации вида, класс и типа организаций розничной и оптовой торговли-ПО 8.
ПК 1.5: Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.	услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные; правила торговли-38.	оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли-У8.	выполнение технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации- ПО 9.
ПК 1.6: Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.	основные положения, необходимые при проведении сертификации услуг-39.	организовывать работу по добровольной сертификации услуг-У9.	выполнение и соблюдение всех процедур при проведении добровольной сертификации услуг- ПО 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 блоки (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Планируемы е результаты обучения (знать, уметь, владеть)	Наименование оценочного средства	
				текущий контроль успеваемости	промежут очная аттестаци я
1	История возникновения и развития торговой деятельности в России	ОК-1 ОК-2	<u>ОК-1</u> Знать: 31 Уметь: У1 <u>ОК-2</u> Знать: 32 Уметь: У2	Тестовые задания Деловая игра Ситуационная задача	Экзамена ционные вопросы Задачи
2	Сущность и содержание торговой деятельности. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности	ОК-1 ОК-3	<u>ОК-1</u> Знать: 31 Уметь: У1 <u>ОК-3</u> Знать: 33 Уметь: У3	Ситуационная задача Деловая игра Тестовые задания	Экзамена ционные вопросы Задачи
3	Психология и этика торговой деятельности	ПК 1.5 ПК 1.6	<u>ПК-1.5</u> Знать: 312 Уметь: У12 Иметь практически й опыт: ПО 5 <u>ПК-1.6</u> Знать: 313 Уметь: У14 Иметь практически й опыт: ПО 6	Ситуационная задача Кейс Тестовое задание	Экзамена ционные вопросы Задачи
4	Организационно – правовые формы субъектов торговой деятельности	ОК-6 ПК 1.1	<u>ОК-6</u> Знать: 35 Уметь: У5 <u>ПК-1.1</u> Знать: 38 Уметь: У8 Иметь практически й опыт: ПО 1	Ситуационная задача Задача Тестовые задания	Экзамена ционные вопросы Задачи
5	Коммерческая информация и ее защита	ОК-4 ПК 1.6	<u>ОК-4:</u> Знать: 34 Уметь: У4 <u>ПК-1.6</u> Знать: 313 Уметь: У14	Деловая игра Задача Тестовые задания Лабораторная работа	Экзамена ционные вопросы Задачи

			Иметь практически й опыт: ПО 6		
6	Организация хозяйственных связей в торговле	ПК 1.2 ПК 1.3	<u>ПК-1.2</u> Знать: 39 Уметь: У9 Иметь практически й опыт: ПО 2 <u>ПК-1.3</u> Знать: 310 Уметь: У10 Иметь практически й опыт: ПО 3	Ситуационная задача Тестовые задания	Экзаменационные вопросы Задачи
7	Коммерческий риск и способы его уменьшения	ОК-2	<u>ОК -2</u> Знать: 32 Уметь У2	Ситуационная задача Задачи Тестовые задания	Экзаменационные вопросы Задачи
8	Материально-техническая база для коммерческой деятельности торговых предприятий	ПК-1.4 ПК-1.6	<u>ПК-1.4</u> Знать: 311 Уметь: У11 Иметь практически й опыт: ПО 4 <u>ПК 1.6</u> Знать: 313 Уметь: У13 Иметь практически й опыт: ПО 6	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания	Экзаменационные вопросы Задачи
9	Анализ и оценка коммерческой деятельности торговых предприятий	ОК-6 ПК-1.6	<u>ОК-6</u> Знать: 314 Уметь: У14 <u>ПК-1.6</u> Знать: 39 Уметь: У9 Иметь практически й опыт: ПО 10	Кейс Задача Тестовые задания	Экзаменационные вопросы Задачи

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 компетенций, 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 компетенций 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»
100-балльная шкала	85 и ≥	70 – 84	51 – 69	0 – 50
Бинарная шкала	Зачтено			Не зачтено

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
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	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
6	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную	задания для решения кейс-

		ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задачи
7	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым, заданные условием задачи, на основе чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	задания по задачам

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)
2.	80-89% правильных ответов	7-8	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
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		Отлично (высокий

	рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения.	9-10	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 искажившие 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	
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	9-10	Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)

	вопросы.		
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 объем 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)

Д) 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 (недостаточн

			ый уровень сформированности компетенции)
--	--	--	--

Е) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количество 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 зависимости от <i>требований</i>).	1	
	Количество баллов в целом		

Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

№ п/п	критерии оценивания	Шкала оценок	
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	28-30	Отлично (высокий уровень)

	основных понятий и положений по вопросам, структурированные, последовательные, полные, правильные ответы		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	

3) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

№ п/п	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Количество баллов	Оценка
1.	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся продемонстрировал знание дисциплины в полном объеме	24-30	Отлично (высокий уровень)

	учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.		сформированности компетенции)
2.	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	17-23	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
3.	Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	10-16	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
4.	Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-9	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)

2.3. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине при экзамене

№ п/п	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Сумма баллов по дисциплине / междисциплинарному курсу	Оценка
1.	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний,	85 и выше	Отлично (высокий уровень сформированности)

	причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию компетенций.		компетенции)
2.	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.	75 - 84	Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)
3.	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.	51 – 74	Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)
4.	Обучающийся не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы, не может продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.	менее 51	Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)

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

**3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости
обучающихся**

Тема № 1. История возникновения и развития торговой деятельности в России

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) коммандитное;
- г) частичное.

6. По отношению к коммандистам 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.

Таблица № 1

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.

Таблица № 3

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.

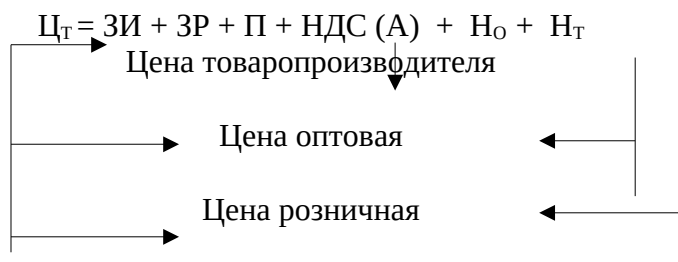
Таблица № 4

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 по анализу конкретной ситуации

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. Сущность и содержание торговой деятельности. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности

Задание 1. Выполнить тестовое задание по теме

Время контроля: 25 минут.

А1. По формам собственности предпринимательство может быть:

1. индивидуальное
2. коллективное
3. государственное

А2 . По виду или назначению предпринимательство может быть:

1. муниципальное
2. коллективное
3. коммерческое

А3. По количеству собственников предпринимательство может быть:

1. производственное
2. арендное
3. индивидуальное

А4. 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

А 5. Производственное предпринимательство не включает:

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

А 6. Коммерческое предпринимательство включает:

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

А7. Финансовое предпринимательство не включает:

1. страховое предпринимательство
2. аудиторское предпринимательство
3. торгово-закупочное предпринимательство

А8. 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

- по единогласному решению
- 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:

- вкладчики
- акционеры
- полные товарищи

Задание 2. Задача по анализу конкретной ситуации

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. Задания для выполнения деловой игры **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 выставлять 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. Психология и этика торговой 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
- с) общепризнанные принципы международного права
- д) нормы иностранного права

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

- а) подзаконные нормативные правовые акты
- б) законы
- с) законы и подзаконные нормативные правовые акты субъектов федерации
- д) нормативные правовые акты органов местного самоуправления

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

- а) Кодексы
- б) Конституция
- с) Постановления Правительства
- д) Федеральные законы

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

- а) нет, не имеют
- б) да, имеют
- с) да, только в случаях, когда это прямо предусмотрено законом
- д) 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
- с) нет, не допускается
- д) 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...

- а) применяются правила гражданского законодательства РФ
- б) применяются правила международного договора
- с) 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. Задача по анализу конкретной ситуации

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 целях удовлетворения своих требований в индивидуальном порядке?

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

Задание 3. Разбор Кейса

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. Организационно – правовые формы субъектов торговой деятельности

Задание 1. Решение задач по анализу конкретных ситуаций

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	Местонахождение 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. Решить задачу

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 ее защита

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) перехват сообщений в каналах связи 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 скрытие — 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. Задания для проведения деловой игры
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, имеющих 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. Решить задачу

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	

Задание 4. Лабораторная работа «Виды и формы товарной информации»

1. 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	

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 5. 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 носителям

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

Тема № 6. Организация хозяйственных связей в торговле

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: Паблисити – 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. НоReCa.

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. Задачи по анализу конкретных ситуаций

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 № 7. Коммерческий риск и способы его уменьшения

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. одновременное 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. Решить задачи

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	110
2	120	90	100
3	110	80	90
4	100	80	90
5	80	90	80
6	90	100	70
Итого	600	540	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.		
	розничная	По контракту	фактическое	
По контракту				
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
Столы письмен. «А»	200	220	2079	2090
Столы письмен. «Б»	260	240	3115	3214
Столы 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. Решение задач по анализу конкретных ситуаций

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 № 8. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торговых предприятий

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. Разбор Кейса

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 высшестоящей 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 высшестоящей инстанции?

Задание 3. Решение задач по анализу конкретных ситуаций

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 сердцевиной. 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 больший 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 высокой 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 учреждением. 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. недопоставка 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 № 9. Анализ и оценка коммерческой деятельности торговых предприятий

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. Задания типа «Кейс-стади»

«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.

3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся

Перечень экзаменационных вопросов

1. Коммерческая деятельность как категории рыночной, ее понятие и общесистемные особенности функционирования.
2. Российский опыт коммерческой деятельности в сфере товарного обращения.
3. Торговля и ее роль в сфере товарного обращения.

4. Сферы применения коммерческой деятельности в народном хозяйстве.
5. Инфраструктура товарного рынка и ее роль в коммерческой деятельности.
6. Предмет и метод дисциплины «Основы коммерческой деятельности».
7. Классификация коммерческих организаций (предприятий) по виду хозяйственной деятельности, характеру совершаемых операций, количественным параметрам.
8. Классификация коммерческих организаций (предприятий) по правовому положению, форме собственности, принадлежности капитала.
9. Объединения коммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в коммерческом предпринимательстве.
10. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
11. Оценка товаров в рыночных условиях.
12. Виды услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов предприятия.
13. Развитие коммерции в России и за рубежом: периоды, этапы, их содержание и эволюция.
14. Реформирование и тенденции развития коммерции в высокоразвитой рыночной экономике.
15. Оценка личных и деловых качеств специалиста коммерции, его адаптация к новым условиям хозяйствования.
16. Определение целей и задач коммерческой деятельности.
17. Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия при взаимодействии с внешней средой.
18. Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия, методы их анализа и использование для решения коммерческих задач.
19. Классификация методов исследования коммерческой деятельности.
20. Методы организации коммерческой деятельности.
21. Методы осуществления коммерческих процессов и операций, анализ их эффективности.
22. Классификация переменных величин в коммерции, связанных между собой функциональной зависимостью. Методы их анализа.
23. Методы анализа коммерческого риска.
24. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.
25. Метод экономико-математического моделирования как способ изучения коммерческих процессов.
26. Содержание исследования рынка товаров и торговой зоны.
27. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования.
28. Моделирование товарного ассортимента и ассортиментной политики предприятия.
29. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров. Методы ценообразования.
30. Выбор товаров при закупке и формирование ассортимента.
31. Управление товарной номенклатурой и ее количественная оценка.
32. Методы определения объемов закупок и продаж товаров, их сущность и технология расчетов.
33. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласовании ее основных условий.
34. Виды договоров, заключаемых предприятиями при закупке и продаже товаров. Влияние условий договоров на показатели коммерческой деятельности.
35. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке, связанные с ценой, кредитованием, сроками сдачи товаров, их качеством и конъюнктурой.
36. Расчеты при осуществлении коммерческой деятельности.
37. Технология закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
38. Принципы и формы организации товародвижения.
39. Каналы распределения, их выбор и оценка. Управление торговыми каналами.

40. Оптимизация поставки товаров на основе автоматизации товародвижения.
41. Формирование и управление товарными запасами.
42. Классификация методов продажи, их технология и эффективность.
43. Управление процессами продажи товаров.
44. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии и современных технологий процессов сервисного обслуживания
45. Управление качеством услуг.
46. Государственное регулирование коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)
47. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности, экономия денежных ресурсов при закупке и продаже товаров.
48. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, влияние на ее результативность.
49. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия и факторы их обуславливающие.

Задачи в экзаменационных билетах

Задача 1

Продажная цена ОПФ - 200000руб. Первоначальная стоимость ОПФ- 30000руб. Процент износа ОПФ за год- 10%. Срок использования ОПФ – 2года. Индекс инфляции – 10. Чему равны остаточная стоимость и прибыль от реализации ОПФ?

Задача 2

Вы положили в банк 510 тыс. руб. на срочный вклад при процентной ставке 10% годовых (с учетом выплаты % на %). Сколько денег вы получите через 2 года?

Задача 3

Вы получили в банке ссуду на 1 год в размере 4млн. руб. Ссуда принесла банку годовой доход 100 тыс. руб. Какому проценту годовых это соответствует?

Задача 4

Банк выдал ссуду 15млн. руб. из расчета 8% годовых. Каков будет доход банка за 3 месяца?

Задача 5

Банк выплачивает своим вкладчикам банковский процент 4% годовых и дает ссуды заемщикам под 10% годовых. Чему равна банковская прибыль от средств вкладчиков в 40млн. руб. при выдаче ссуд заемщикам в 2млн. руб. на год?

Задача 6

Половина уставного фонда предприятия А составляет одну треть уставного фонда предприятия Б. Чей уставный фонд больше и во сколько раз?

Задача 7

При образовании акционерного общества из 4 участников первый внес половину уставного фонда, второй – треть суммы, третий – четверть суммы, а четвертый внес 8000 тыс. руб. Сколько внес каждый из участников в уставный фонд и чему этот фонд равен?

Задача 8

Первоначальная стоимость ОПФ - 40 тыс. руб. Процент износа за год -5%. Срок использования – 2г. Определить: срок полной амортизации, сумму амортизации за время службы, остаточную стоимость.

Задача 9

Вы продаете товар по 1000 руб. за штуку. Затраты на единицу товара составляют 600 руб. Чему равна ваша прибыль и норма прибыли (рентабельность)?

Задача 10

Выручка от продажи продукции составила 200 тыс. руб. Торговые издержки – 40 тыс. руб. Оплата труда рабочих – 30 тыс. руб. Материальные затраты – 10 тыс.руб. Найти: прибыль, норму прибыли (рентабельность).

Задача 11

Выручка от реализации продукции равна 200000руб. Материальные затраты – 80000руб. Накладные расходы – 15000руб. Затраты на зарплату – 20000руб. Налог на прибыль – 30% Чему равны: прибыль, налог на прибыль и чистая прибыль?

Задача 12

Доход предприятия от реализации продукции, работ, услуг составил за год 100млн. руб. Доход от внереализационных операций – 30млн. руб. за год. Затраты предприятия по этим реализационным и внереализационным операциям составили 70млн. руб., в том числе на оплату труда – 50млн. руб. Необходимо рассчитать: 1.валовый доход. 2.облагаемую прибыль. 3.налог на прибыль (35%) 4.чистую прибыль 5.взносы в бюджет из фонда оплаты труда

Задача 13

Вы приобрели товар за 6тыс.руб., продали за 11 тыс.руб., при этом транспортные и реализационные расходы составили 500 руб.

Определить: валовый доход, издержки обращения, чистую прибыль (с учетом того, что налог на прибыль – 30%, НДС -20%)

Задача 14

Вы приобрели товар на сумму 10 тыс.руб, реализовали его за 19 тыс. руб.(в т.ч. НДС). Какую сумму НДС вы уплатите в бюджет при ставке НДС – 15%. Какова будет ваша прибыль и общая экономическая рентабельность, если ставка налога на прибыль – 25%, а ваши издержки составили – 1 тыс.руб.

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 по анализу конкретных ситуаций. Решение ситуационных задач осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по решению практической ситуационной задачи.

Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Эффективным интерактивным способом решения задач является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения задач анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность применения норм семейного права, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки правоприменительного материала.

Типовые 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 отводится 10 минут.

Деловые/ролевые игры. Ролевая игра, имитирующая реальную профессиональную деятельность (деловая игра) — игровая образовательная технология, представляющая собой моделирование проблемной профессиональной ситуации, решение которой достигается в процессе ролевого взаимодействия участников, по правилам, с формированием команд игроков и «группы экспертов», в соответствии с сюжетом, по определенному сценарию и последующей оценкой принятого решения.

Разыгрываемая ситуация должна предполагать неоднозначность решений, содержать элемент неопределенности, что обеспечивает проблемный характер игры и личностное участие обучающихся.

Деловые игры, разработанные на конкретных ситуациях, вводят обучающихся в сферу профессиональной деятельности, являясь мощным стимулом активизации

самостоятельной работы по приобретению профессиональных знаний и навыков, а также способности решать нестандартные профессиональные задачи.

Интерактивное взаимодействие происходит в процессе всей деловой игры, так как решения принимаются преимущественно коллективно. При этом каждый решает свою отдельную задачу в соответствии со своей ролью и функцией. Обучающиеся приобретают социальные навыки, развивают коммуникативные способности, критическое мышление, для принятия профессионально грамотных решений.

Приобретенные в процессе игры практические навыки зачастую позволяют избежать ошибок, которые возникают при переходе к самостоятельной трудовой деятельности.

Таким образом, деловая игра выполняет следующие функции:

1) образовательная – обобщение и закрепление знаний по пройденным темам курса, развитие трудовых навыков;

2) развивающая – развитие логического, критического, аналитического, творческого мышления, активизация мыслительной деятельности обучающихся;

3) воспитательная – формирование устойчивого интереса к будущей профессии, профессиональной самоидентификации.

Результативность деловой игры во многом зависит от особенностей ее организации и проведения.

Структура деловой игры:

1. Тема и цель игры.

2. Проблема (ы) для рассмотрения и решения в процессе игры.

3. Сюжет (область действительности, условно воспроизводимая в игре).

4. Сценарий.

5. Правила игры.

6. Роли (распределение и принятие ролей на себя участниками).

7. Игровые действия как средство реализации ролей.

Данная структура определяет этапы проведения деловой игры: подготовительный и мотивационно-ориентировочный, основной и рефлексивно-оценочный.

На деловую/ролевою игру отводится 70-90 минут. Критериями оценивания деловой/ ролевой игры: Результативность проведения деловой/ролевой игры определяет процент работы тренера/тренеров, процент работы участников тренинга, процент использования вспомогательных материалов, процент работы каждого участника.

0-20% - тренер плохо излагал материал, группа работала пассивно, не использовались вспомогательные материалы

21-50% - тренер не в полном объеме подал материал, группа работала не активно, использование не в полном объеме вспомогательного материала

51-100% - тренер подробно, содержательно подал материал, группа работала активно, весь вспомогательный материал использовался в полном объеме

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины 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.