

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

*Утвержден решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №9 от 21 марта 2026 г.*

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ 01. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ – 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ – СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

Махачкала – 2026

Составитель – Хасбулатова Барият Меджидовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент: Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

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

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

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю «ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего образования по специальности СПО 38.02.08. Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 июля 2023г., № 548, 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 профессиональному модулю «ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности» размещен на официальном сайте www.dgunh.ru

Хасбулатова Б.М. Фонд оценочных средств по профессиональному модулю «ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности» для специальности 38.02.08 Торговое дело – Махачкала: ДГУНХ, 2026, 68 с.

Рекомендован к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2026 г.

Рекомендован к утверждению руководителем образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.08 Торговое дело, Атаева Т.А.

Одобен на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 24 февраля 2026 г., протокол № 6

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств	4
I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
1.1. Перечень формируемых компетенций	5
1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств	6
II ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	26
III. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	66
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	70

Назначение фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения модуля), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по профессиональному модулю) обучающихся по профессиональному модулю «ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело.

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю «ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП СПО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ППССЗ; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

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

Основными параметрами и свойствами ФОС являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной учебной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих учебной дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных средств, входящих в ФОС);
- качество 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

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК-01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК-02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК-04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
ОК.01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знать: структуру плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает структуру плана и необходимые информационные источники, и ресурсы необходимые для выполнения профессиональных задач.	Блок А – задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает структуру плана и необходимые информационные источники, и ресурсы необходимые для выполнения профессиональных задач.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает структуру плана и необходимые информационные источники, и ресурсы необходимые для выполнения профессиональных задач.	
	Уметь: определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы; актуальные методы работы в профессиональной и смежных сферах.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет определять этапы решения профессиональных задач	Блок В – задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет определять этапы решения профессиональных задач	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет определять этапы решения профессиональных задач	
ОК-02: Использовать	Знать: средства поиска,	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает средства	Блок А

современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности		поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	–задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
	Уметь: пользоваться современными средствами поиска, анализа и интерпретации информации, и информационными технологиями для выполнения задач профессиональной деятельности	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет пользоваться средствами поиска, анализа и интерпретации информации, и информационными технологиями для выполнения задач профессиональной деятельности	Блок В – задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет пользоваться средствами поиска, анализа и интерпретации информации, и информационными технологиями для выполнения задач профессиональной деятельности	

			деятельности	
		Продвину тый уровень	Обучающийся умеет пользоваться средствами поиска, анализа и интерпретации информации, и информационными технологиями для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК-04 эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Знать психологические основы деятельности коллектива психологические особенности личности	Порогов ый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает психологические основы деятельности коллектива психологические особенности личности	Блок А – задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает основы деятельности коллектива психологические особенности личности	
		Продвину тый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает психологические основы деятельности коллектива психологические особенности личности	
	Уметь организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Порогов ый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет организовывать работу коллектива в ходе профессиональной деятельности	Блок В – задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет организовывать работу коллектива в ходе профессиональной деятельности	
		Продвину тый уровень	Обучающийся умеет организовывать выполнение торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	
ПК 1.1 Проводить	Знать требования к	Порогов ый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает	Блок А - задания

сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;		требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации.	репродуктивный уровень - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота..	
	Уметь проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет проводить исследование рынка поставщиков.	Блок В- задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;	
	Владеть навыками поиска и систематизации открытых источников	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками поиска и систематизации открытых источников информации о	Блок С – задания практико-ориентирован

	информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей), в том числе по каналам электронного документооборота;		внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции	ного уровня -Задания «Кейс-стади»
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет видами обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей), в том числе по каналам электронного документооборота;	
		Продвину- тый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей), в том числе по каналам электронного документооборота.	
ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	Знать правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных; требований к порядку заполнения и ведения рабочей	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг.	Блок А - задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных.	
		Продвину- тый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает правовые	

	документации, схем электронного документооборота.		нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.	
	Уметь применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; осуществлять выбор поставщиков; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств; создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений.	Блок В- задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять выбор поставщиков; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; осуществлять выбор поставщиков; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные	

	обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе.		расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств; создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе.	
	Владеть навыками оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.	Пороговый уровень Базовый уровень Продвинутый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг. Обучающийся с небольшими затруднениями владеет видами обработки мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; Обучающийся свободно владеет навыками оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения	Блок С – задания практико-ориентированного уровня -Задания «Кейс-стади»

			безналичных расчетов.	
ПК 1.3 Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	Знать особенности составления закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	Пороговый уровень	Обучающийся слабо знает особенности составления закупочной документации.	Блок А - задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает использование электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает особенности составления закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
	Уметь работать в единой информационной системе; проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями), в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо умеет работать в единой информационной системе.	Блок В- задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет работать в единой информационной системе; проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями), в том	

			числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
	Владеть навыками составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий;	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками составления и оформления закупочной документации.	Блок С – задания практико-ориентированного уровня -Задания «Кейс-стади»
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методами осуществления проверки закупочной документации для проведения закупочной процедуры;	
		Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
ПК 1.4 Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Знать классификацию товаров на внутренних и внешних рынках; разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает классификацию товаров на внутренних и внешних рынках.	Блок А - задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает этапы разработки текстов рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках.	

	по вопросам заключения внешнеэкономического контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеэкономического контракта; подготавливать коммерческие предложения, запросы; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.	Продвину- тый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает классификацию товаров на внутренних и внешних рынках; разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеэкономического контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеэкономического контракта; подготавливать коммерческие предложения, запросы; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов..	
	Уметь направлять запросы, приглашения и информацию потенциальным участникам внешнеэкономического контракта; проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; составления списка отклонений от приемлемых условий	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет направлять запросы, приглашения и информацию потенциальным участникам внешнеэкономического контракта.	Блок В- задания реконструктив- ного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять предварительный анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках.	
		Продвину- тый уровень	Обучающийся умеет направлять запросы, приглашения и	

	внешнеторгового контракта (перечень разногласий); документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; формирования проекта внешнеторгового контракта; осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.		информацию потенциальным участникам внешнеторгового контракта; проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; формирования проекта внешнеторгового контракта; осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	
	Владеть навыками методов и инструментов работы с базами данных и	Пороговые й уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками методов и инструментов работы с базами данных и	Блок С – задания практико-ориентирован

	источниками маркетинговой информации о внешних рынках; методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках; основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций; документооборота внешнеторговых сделок; условий внешнеторгового контракта; норм этики и делового общения с иностранными партнерами.		источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков.	ного уровня -Задания «Кейс-стади»
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методами разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках;	
		Продвину- тый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках; основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций; документооборота внешнеторговых сделок; условий внешнеторгового контракта; норм этики и делового общения с иностранными партнерами.	
ПК 1.5 Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторгово- му контракту	Знать методику составления и оформления отчетов, содержащие информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает методику составления и оформления отчетов, содержащие информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта.	Блок А - задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает способы осуществления	

	контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществлять способы организации оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.		организации оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях.	
		Продвину тый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает методику составления и оформления отчетов, содержащие информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществлять способы организации оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.	

	Уметь готовить документы о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет готовить документы о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта.	Блок В- задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять сбор информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет готовить документы о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.	
	Владеть навыками оформления документации по	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками оформления	Блок С – задания

	внешнеторговому контракту; порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.		документации по внешнеторговому контракту.	практико-ориентированного уровня -Задания «Кейс-стади»
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методами осуществления документооборота в организации;	
		Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками оформления документации по внешнеторговому контракту; порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	Знать: основы выполнения торговых-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	Блок А - задания репродуктивного уровня - Тестовые задания
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	

Уметь: осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя искусственный интеллект	Блок В- задания реконструктивного уровня - Задачи - Ситуационные задачи
	Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя искусственный интеллект	
	Продвинутый уровень	Обучающийся умеет осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя искусственный интеллект	

	продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; применять электронный документооборот; осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой			
--	---	--	--	--

	переписки и электронного документооборота			
	Владеть навыками: видами торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; средств, методов, инноваций в отрасли; организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет видами торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.	Блок С – задания практико-ориентированного уровня -Задания «Кейс-стади»
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет видами торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет видами торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.	

	деятельности			
--	--------------	--	--	--

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

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. Равновесная цена в рыночной экономике — это цена совпадения:

- а) спроса и предложения
- б) производства и потребления
- в) производства и сбыта

2. Покупка каких товаров является примером рационального поведения потребителя:

- а) наиболее популярных
- б) хорошего качества по доступным ценам
- в) чаще всего рекламируемых

3. Цена товара снизится, если предложение товара:

- а) снизится, а спрос останется неизменным
- б) останется неизменным, а спрос возрастет
- в) останется неизменным, а спрос сократится

4. Росту сбережений домохозяйств в первую очередь способствует:

- а) увеличение зарплат и пенсий
- б) ухудшение качества товаров и услуг
- в) снижение безработицы

5. Как изменится рынок гречневой крупы после аномально жаркого лета:

- а) рыночная цена крупы понизится
- б) спрос на крупу понизится
- в) предложение крупы понизится

6. Ценность конкуренции для общества в том, что она:

- а) способствует сокращению числа занятых
- б) приводит к более полному и эффективному использованию ресурсов
- в) инициирует приватизационные процессы в экономике

7. Согласно закону спроса при прочих равных условиях:

- а) при низкой цене удастся продать товаров меньше, чем при высокой
- б) количество проданных товаров зависит не столько от цены, сколько от их качества
- в) по низкой цене удастся продать товаров больше, чем по высокой

8. Увеличение спроса на скейтборды произойдет, если:

- а) пройдет удачная реклама скейтбордов
- б) возрастет предложение скейтбордов
- в) налог для производителей горных лыж станет ниже

9. Закон спроса утверждает:

- а) торговцы предлагают большее количество товаров по высоким ценам, чем по низким
- б) экономическое соотношение качества, цены и запросов потребителей
- в) между спросом и ценой на товар (или услуги) действует обратная зависимость

10. Выберите правильное утверждение:

- а) изменение цен изменяет величину спроса на продукт
- б) изменение цен не изменяет величину спроса на продукт
- в) покупатели будут покупать товары по высоким ценам, если товар будет плохого качества

11. Каким образом действует закон спроса:

- а) объем спроса уменьшается пропорционально увеличению цены товара или услуги
- б) объем не выражает соотношение цены и стоимости

12. Каким образом действует закон спроса:

- а) объем не выражает соотношение цены и стоимости
- б) объем спроса увеличивается пропорционально увеличению цены товара или услуги
- в) объем спроса увеличивается пропорционально уменьшению цены товара или услуги

13. Каким образом действует закон спроса:

- а) объем выражает соотношение цены и стоимости
- б) объем спроса увеличивается пропорционально уменьшению цены товара или услуги
- в) объем спроса увеличивается пропорционально увеличению цены товара или услуги

14. Фактор, влияющий на рост спроса:

- а) уровень производственных технологий
- б) наличие альтернативных товаров
- в) рост доходов потребителей

15. Фактор, не влияющий на увеличение спроса:

- а) дотации
- б) доступность ресурсов
- в) количество ресурсов

16. Как называется магазин с узким или ограниченным ассортиментом с площадью торгового зала не более 50 м?

- а) Гипермаркет
- б) Универсам
- в) Мини – маркет
- г) Универмаг

17. Какая из данных планировок торгового зала подразумевает в своем определении разбиение на изолированные отделы:

- а) Линейная
- б) Смешанная
- в) Островная
- г) Боксовая

18. Что входит в субъекты рынка?

- а) Продавцы, партнерство, услуги
- б) Продавцы, покупатели, поставщики
- в) Товары, услуги
- г) Обмен, партнерство, конкуренция

19. Что из данного является формой рыночных проявлений потребностей?

- а) Объем спроса
- б) Объем предложения
- в) Реализованный спрос
- г) Спрос

20. Что такое торговля?

- а) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров
- б) вид некоммерческой деятельности, связанный с оказанием услуг населению
- в) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и производством продукции
- г) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей готовой продукции

21. Что является параметром надежности товара?

- а) дизайн
- б) композиция
- в) долговечность
- г) товарный вид

22. Совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций, которые осуществляются в процессе купли-продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли, – ...

23. Цели коммерческой деятельности оптовых посредников включают:

- а) доход, получаемый от разницы цены закупки и продажи товаров;

- б) вознаграждение за предоставленные услуги;
- в) куплю-продажу за свой счет;
- г) транспортно-экспедиторские операции.

24. Факторы внешней среды предприятия, влияющие на развитие коммерческой деятельности предприятия:

- а) покупатели и поставщики товаров;
- б) конкуренты;
- в) банки, контрольно-инспекционные органы;
- г) производственные, технические, экономические, финансовые и кадровые ресурсы;
- д) товарно-материальные ценности.

25. Факторы внутренней среды предприятия, влияющие на развитие коммерческой деятельности предприятия:

- а) экономические тенденции;
- б) действующие законодательные и нормативные акты;
- в) торгово-технологические процессы;
- г) складское хозяйство;
- д) информационно-компьютерное обеспечение.

26. Основными принципами коммерческой деятельности в сфере обращения товаров в современных условиях являются:

- а) неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга;
- б) гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;
- в) умение предвидеть коммерческие риски;
- г) организации коммерческих процессов.

27. В качестве основных объектов коммерческой деятельности в торговле выступают:

- а) товары и услуги;
- б) покупатели и поставщики товаров;
- в) конкуренты;
- г) коммерческие процессы.

28. К коммерческим процессам относятся:

- а) формирование торгового ассортимента на складах и в магазинах, управление товарными запасами;
- б) организация и технология проведения оптовых закупок товаров у различных поставщиков;
- в) организация и технология оптовой и розничной продажи товаров;
- г) хранение товаров.

29. Укажите последовательность осуществления коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров:

- а) документальное оформление оптовой продажи;
- б) контроль исполнения договора поставки;
- в) разработка и подписание договора поставки;
- г) выбор формы оптовой продажи;
- д) организация оптовой продажи.

30. Укажите последовательность элементов, составляющих содержание коммерческой деятельности:

- а) рекламно-информационная работа;
- б) коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров;
- в) выявление поставщиков товаров и установление с ними хозяйственных связей;
- г) управление товарными ресурсами;
- д) коммерческая деятельность по розничной продаже товаров;
- е) информационное обеспечение коммерческой деятельности и определение потребности в товарах;
- ж) сервисное сопровождение.

31. В каком ФЗ РФ определены признаки субъекта малого и среднего предпринимательства?

- а) «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»;
- б) «О первоочередных мерах по развитию малого предпринимательства в РФ»;
- в) «О мерах по созданию и развитию малых предприятий»;
- г) «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства».

32. К какой организационно-правовой форме относятся следующие положения: оно учреждено одним или несколькими лицами; уставный капитал разделен на доли; участники не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им долей

- а) публичное акционерное общество;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) полное товарищество;
- г) товарищество на вере.

33. Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме:

- а) акционерного общества;
- б) полного товарищества;
- в) общества с ограниченной ответственностью;
- г) товарищества на вере.

34. ... – определенная, сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

35. Система норм нравственного поведения и обязанности людей по отношению друг к другу и обществу в целом:

- а) этика;
- б) управленческая этика;
- в) культура;
- г) организационная культура.

36. ... – установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов.

37. Установите соответствие между коммерческими операциями и их содержанием:

1. Основные	а) операции связанные с продвижением товаров от продавца до покупателя
2. Обеспечивающие	б) операции обмена, купли-продажи товаров и услуг
	в) совокупность последовательно выполняемых торгово-организационных операций

38. Основными задачами коммерческой деятельности в торговле являются:

- а) удовлетворение потребностей покупателей предложением не только основного, но и сопутствующего, дополняющего ассортимента товаров;
- б) укрепление деловых отношений с клиентами;
- в) профессиональное консультирование заинтересованных лиц и клиентов относительно потребительских свойств товара, гарантийного и послегарантийного обслуживания;
- г) стремление назначать цены, которые приносят только прибыль.

39. Установите соответствие между терминами “купец” и “гость”, употребляемыми в Древней Руси:

1. Гость	а) купец, торгующий с другими городами и странами
2. Купец	б) посредник, который собирает товар непосредственно от производителей и направляет его в определенные торговые или сортировочные пункты
	в) горожанин, занимающийся торговлей

40. В зависимости от цели, с которой приобретаются товары, торговлю подразделяют на:

- а) розничную и оптовую;
- б) развозную и разносную;
- в) стационарную и нестационарную;
- г) розничную и мелкорозничную.

41. Определение «коммерции» по «Толковому словарю живого великорусского языка»

В.И. Даля:

- а) коммерция – купеческие промыслы;
- б) коммерция – торги;
- в) коммерция – купеческие промыслы, продажа;
- г) коммерция – торг, торговые обороты, купеческие промыслы.

42. Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям, называется...

43. Цели коммерческой деятельности заключаются в:

- а) удовлетворении потребительского спроса, увеличении доходов (прибыли);
- б) информационном обеспечении, осуществлении коммерческих сделок;
- в) организации коммерческих процессов, управлении коммерческой деятельностью;
- г) увеличении доходов (прибыли), организации коммерческих процессов.

44. Укажите последовательность организации коммерческой деятельности по розничной продаже товаров:

- а) определение партий и частоты завоза товаров;
- б) мерчандайзинг;
- в) выбор форм и методов продажи;
- г) изучение спроса покупателей;
- д) формирование ассортимента товаров в магазине;
- е) стимулирование увеличения объемов продаж.

45. Укажите последовательность организации сервисной деятельности:

- а) оказание услуг в допродажный период;
- б) отбор услуг, пользующихся спросом;
- в) послепродажные услуги;
- г) услуги в период продажи товаров;
- д) сервисное обслуживание.

46. Недостатком общества с ограниченной ответственностью является:

- а) возможность быстрого аккумулирования значительных средств;
- б) может быть создано одним лицом;
- в) уставный капитал не может быть меньше величины, установленной законодательством РФ;
- г) участники общества несут ограниченную ответственность по обязательствам общества.

47. Хозяйственные общества могут создаваться в форме:

- а) акционерного общества;
- б) полного товарищества;
- в) общества с ограниченной ответственностью;
- г) товарищества на вере.

48. Участие в хозяйственных товариществах ограничивается следующим:

- а) одно лицо может быть участником не более двух полных товариществ;
- б) одно лицо может быть участником только одного полного товарищества;
- в) участник полного товарищества может быть полным товарищем в товариществе на вере;
- г) участник полного товарищества не может быть полным товарищем в товариществе на вере.

49. Субъектами среднего предпринимательства являются коммерческие организации, средняя численность работников которых не превышает в розничной торговле:

- а) от 101 до 250 человек;
- б) от 50 до 250 человек;
- в) от 100 до 150 человек;

г) от 130 до 200 человек.

50. В процессе осуществления коммерческо-посреднической деятельности со стороны посредника возможно осуществление следующих услуг:

- а) информационно-коммерческих, комиссионных, консалтинговых, инжиниринговых, лизинговых, рекламных, по организации системы ФОСТИС;
- б) комиссионных услуг;
- в) научно-консультативных (консалтинговых);
- г) рекламных, по организации системы ФОСТИС.

51. Система ценностей и убеждений, разделяемых всеми работниками компании, определяющая их поведение и характер жизнедеятельности организации:

- а) корпоративная культура;
- б) предпринимательская культура;
- в) деловой этикет;
- г) хозяйственная культура.

Блок В. Задания реконструктивного уровня («уметь»)

В1. Типовые задачи

Задача 1. АО кондитерская фабрика «Славянка» предоставило проект договора поставки оптовому предприятию, согласно которому поставка кондитерских изделий должна осуществляться в течение всего срока действия договора подекадно равными партиями самовывозом. Укажите возможную формулировку данного условия в протоколе разногласий от имени оптового предприятия.

Методические указания. Оптовое предприятие должно учесть в протоколе разногласий более частые периоды доставки с применением централизованной доставки изделий.

Задача 2. АО «Эфирное» (г. Алексеевка) осуществляет поставку растительного масла, майонеза на региональный рынок Воронежской области. Составьте коммерческое предложение (оферту) на поставку рафинированного и нерафинированного масла, майонеза «Провансаль», майонеза «Летний», майонеза «Салатный» Березовской оптовой базе.

Методические указания. Коммерческое предложение от АО «Эфирное» должно содержать все существенные условия договора и соответствовать требованиям написания коммерческих писем». В оферте следует предусмотреть возможность централизованной доставки, равномерность поставки по срокам и периодам, возможность согласования ассортимента товаров, предоставления скидок с отпускных цен.

Задача 3. АО «Новолипецкий металлургический комбинат» предоставило оптовой базе проект договора на поставку холодильников и морозильников марки «СТИНОЛ». В проекте договора содержались все существенные условия поставки. Коммерческий отдел оптовой базы не предоставил комбинату ответа на оферту. Как должно поступить АО в сложившейся ситуации? Считается ли договор заключенным?

Методические указания. При решении данной ситуации следует пользоваться Гражданским кодексом РФ.

Задача 4. Согласно заключенному договору, мебельная фабрика «Миг» обязано поставить гарнитуры мебели магазину «Мебель» в течение месяца. В течение данного периода поставка не осуществлена, оплата товаров не производилась. Как должен поступить коммерческий отдел магазина в сложившейся ситуации.

Методические указания. При решении данной задачи следует руководствоваться Гражданским кодексом, часть 1, ст. 450, 451, 452.

Задача 5. Воронежское АО «Электросигнал» представило проект договора оптовому предприятию на поставку радиоэлектронной аппаратуры. В оферте были указаны все

существенные условия договора. Составьте от имени оптового предприятия текст акцепта оферты.

Методические указания. Акцепт должен быть полным и безоговорочным, не допускается вносить в содержание акцепта каких-либо изменений по условиям договора.

Задача 6. Оптовое объединение заключило договор поставки со швейным объединением ОАО «Салют», г. Москва. Через 10 дней с момента подписания договора от поставщика пришло извещение об одностороннем отказе от договора. Причины отказа не объяснялись. Как следует поступить коммерческому отделу оптовика в данной ситуации?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 7. По договору поставки оптовое торговое предприятие города Воронеж в IV квартале текущего года должно получить от фабрики кожаных изделий женские перчатки на сумму 120 тыс. руб.

Фактически продукция поставлена:

- 17.10 – 30 тыс. руб.;
- 20.11 – 30 тыс. руб.;
- 29.12 – 60 т тыс. руб.;

Отразится ли на работе розничного торгового предприятия подобное распределение объема поставки товаров по месяцам? Если да, то, что следует предпринять покупателю?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 8. В оптовой фирме проводилась приемка мужских швейных изделий по качеству. Поставщик – АО «Белгородская швейная фабрика «Россиянка» (счет поставщика оплачен).

В результате приемки забраковано 10 изделий на сумму 30000 руб., в пяти изделиях обнаружены дефекты, которые устранены работниками оптовой базы. Торговая надбавка составляет 12,8% от отпускной цены. Что следует предпринять покупателю?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 9. Оптовое торговое предприятие 15 августа текущего года получило от АО «Курский трикотаж» проект договора на поставку трикотажных изделий. Покупатель 10 сентября вернул проект договора поставщику, в котором обосновывал отказ от поставки мужских фуфаяк на сумму 160 тыс. руб. В I квартале планового года торговое предприятие получило партию мужских фуфаяк на сумму 60 тыс. руб. Какие меры должны предпринять покупатель и поставщик?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 10. На оптовой базе производилась приемка по качеству партии мятных пряников на сумму 1 тыс. руб. Поставщик – городской хлебозавод (счет поставщика оплачен). В результате приемки 58% всей партии товара забраковано. Торговая надбавка – 8%. Что следует предпринять покупателю?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 11. Торговое предприятие 15 октября текущего года получило от АО «Томмолоко» проект договора на поставку молочных продуктов. Покупатель 10 ноября вернул проект договора поставщику, в котором обосновал отказ от поставки кефира обезжиренного на сумму 45 тыс. руб. В I квартале планируемого года торговое предприятие получило партию кефира, обезжиренного на сумму 15 тыс. руб. Какие меры должен предпринять покупатель к поставщику?

Методические указания. При решении задачи следует использовать Гражданский кодекс РФ.

Задача 12. От АО Белгородская швейная фабрика «Россиянка» 12 ноября текущего года за № 155 поступило коммерческое предложение универсальному оптовому предприятию «Шанс» заключить договор на поставку швейных изделий на предстоящий год.

В письме АО БШФ «Россиянка» оптовому предприятию предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику проект договора на поставку швейных изделий. В связи с этим директор универсального оптового предприятия поручил в указанный срок старшему товароведу по группе швейных изделий С.И. Кочубей подготовить с привлечением юриста и менеджера проект договора на поставку указанных товаров и направить поставщику для подписания.

Задание выполняется в два этапа:

1. Составляется спецификация к проекту договора поставки швейных изделий на предстоящий год с учетом приведенных ниже данных;
2. Разрабатывается текст проекта договора поставки швейных изделий исходя из приведенных ниже основных положений договора поставки и примерной его формы.

Для расчета суммы поставки и составления обоснованной спецификации к договору коммерческий аппарат оптового предприятия должен использовать данные предшествующего года.

В предшествующем году универсальным оптовым предприятием у АО БШФ «Россиянка» было закуплено одежды на 9140 тыс. руб. в следующем ассортименте (таблица 1).

Таблица 1–Данные о закупке швейных изделий универсальным оптовым предприятием в АО БШФ «Россиянка»

№ п/п	Наименование швейных изделий	Общий объем закупки, тыс.руб.	Уд. вес закупки шв. изд.в групп. ассортименте, %	В т.ч. внутри-групповой уд. вес, %	Остаток товаров на начало закупочного года, тыс.руб.
1	2	3	4	5	6
1	Мужская одежда в том числе:	1660,0	18,2	-	-
1.1	Пальто в том числе:	249,0	15,0	-	-
	- демисезонное	106,9	-	42,9	-
	- зимнее	142,1	-	57,1	40,0
1.2	Плащи	332,0	20,0	-	-
1.3	Куртки в том числе:	581,0	35,0	-	-
	- легкие	278,8	-	48,0	90,0
	- утепленные	302,2	-	52,0	-
1.4	Костюмы в том числе:	166,0	10,0	-	-
	- из шерстяной ткани	122,3	-	73,7	42,0
	- из смесовой ткани	43,7	-	26,3	-
1.5	Пиджаки	83,0	5,0	-	-
1.6	Брюки в том числе:	166,0	10,0	-	-
	- из шерстяной ткани	54,5	-	32,8	9,0
	- из смесовой ткани	111,5	-	67,2	-
1.7	Сорочки в том числе:	83,0	5,0	-	-
	- хлопчатобу мажные	29,0	-	35,0	-
	- смесовые	54,0	-	65,0	-
2	Женская одежда в том числе:	3901,0	42,7	-	-
2.1	Куртки в том числе:	1950,0	50,0	-	-
	- легкие	1075,0	-	55,1	75,0
	- утепленные	875,0	-	44,9	8,0
2.2	Плащи	780,2	20,0	-	20,0
2.3	Платье	975,25	25,0	-	-
2.4	Халаты	195,55	5,0	-	-
3	Одежда для девочек	2334,0	25,5	-	-
3.1	Куртки	939,6	40,2	-	31,5
3.2	Костюмы	581,0	24,9	-	-
3.3	Платье	464,8	20,0	-	-
3.4	Сарафаны	348,6	14,9	-	18,0
4	Одежда для мальчиков	1245,0	13,6	-	-
4.1	Пальто	311,3	25,0	-	21,0
4.2	Куртки	498,0	40,0	-	-
4.3	Костюмы	124,5	10,0	-	-

4.4	Брюки	186,7	15,0	-	7,5
4.5	Сорочки	124,5	10,0	-	-
	ИТОГО:	9140	100,0	-	-

По данным изучения и прогнозирования покупательского спроса закупку швейных изделий в новом закупочном периоде (году) универсальное оптовое предприятие может увеличить на 15-20% за счет неудовлетворенного спроса на отдельные изделия, пользующиеся спросом у населения.

Это увеличение объема закупки следует отразить по отдельным ассортиментным позициям в спецификации, являющейся неотъемлемой частью договора поставки.

Проект договора поставки швейных изделий разрабатывается студентами самостоятельно на основе использования Гражданского кодекса РФ (части I и II), текста примерного договора поставки, условий и исходных данных для выполнения задания, примерной формы спецификации к договору и иных материалов.

Приступая к работе по формулированию условий договора, нельзя допускать двусмысленности, нечеткости фраз. В договоре имеет значение каждое слово. Если не понятно, что означает тот или иной термин, какой смысл несет то или иное словосочетание, фраза и т.д., надо выяснить это с привлечением специалистов. Следует иметь в виду, что впоследствии в случае спора по условиям исполнения договора контрагент будет пытаться любую неточную формулировку в договоре интерпретировать в свою пользу.

При составлении проекта договора поставки коммерческому отделу оптового предприятия необходимо предусмотреть в нем следующие обязательные условия:

- название договора, место и дата его заключения;
- преамбула, включающая полное название сторон и указание на то, что они заключили настоящий договор;
- предмет договора;
- количество и ассортимент товаров, подлежащих поставке;
- сроки исполнения (срок действия) договора;
- порядок (периоды) поставки товаров;
- качество, комплектность, упаковка и маркировка товаров;
- цена и порядок расчетов между сторонами;
- ответственность сторон;
- форс-мажорные обстоятельства;
- юридические, электронные адреса и банковские реквизиты сторон.
- подписи сторон.

Задача 13. Осуществление оптовых закупок товаров у поставщиков базируется на договорной работе. Договоры на оптовую закупку являются видом двухсторонних коммерческих сделок и предусматривают установление взаимных прав и обязанностей сторон при исполнении договорных обязательств.

Используя содержание реальных договоров поставки, и руководствуясь изученными законодательными нормативными актами РФ, регулирующими договорные отношения, сделайте вывод о правильности оформления, полноте содержания договора и выгоды его отдельных условий для торговой организации. Результаты оформите по форме таблицы 2.

Таблица 2 – Характеристика условий договора

Условия договора	Характеристика
1. Срок действия договора	
2. Место заключения договора	
3. Стороны по договору и их полное фирменное наименование	
4. Структура договора	
5. Наличие существенных условий договора и порядок их определения	
6. Порядок определения качества товаров	
7. Порядок оплаты и расчета за товары	
8. Порядок доставки и оплаты транспортных расходов	

9. Требования к таре и упаковке	
10. Имущественная ответственность сторон: - поставщика - покупателя	
11. Дополнительные условия	
12. Наличие протокола разногласий по договору поставки и спорные условия	
13. Приложения к договору	

Задача 14. Заключен контракт на поставку партии помидор из Турции в Краснодар на базисе поставки "DDP склад получателя"

1. Каким видом транспорта может осуществляться доставка груза по этому контракту? Какими критериями вы руководствовались при принятии решения?

2. Когда риск случайной гибели или повреждения товара перейдет с продавца на покупателя, кто ответственен и оплачивает страховку до получателя

Задача 15. Заключён контракт на поставку партии кофе из Бразилии в Ставрополь на базисе поставки FOB.

1. Каким видом транспорта может осуществляться доставка груза по этому контракту? Какие варианты места отправки груза могут быть предусмотрены? Какими критериями вы руководствовались при принятии решения?

2. Когда риск случайной гибели или повреждения товара перейдет с продавца на покупателя, кто ответственен и оплачивает страховку до получателя

Задача 16. Заключён контракт на поставку партии яблок из Сербии в Москву на базисе поставки CIP

1. Каким видом транспорта может осуществляться доставка груза по этому контракту? Какими критериями вы руководствовались при принятии решения?

2. Когда риск случайной гибели или повреждения товара перейдет с продавца на покупателя, кто ответственен и оплачивает страховку до получателя

В2. Ситуационные задачи

Ситуация 1. Вы и двое ваших друзей решили заняться поставками свежего мяса в магазины г. Воронежа, выбрав для своего предприятия организационно-правовую форму – общество с ограниченной ответственностью. Ваши друзья вложили в дело по 150 тыс. руб. каждый, а Вы передали право пользования вашим личным автомобилем в течение одного года. Свой вклад в виде права пользования автомобилем вы оценили в 100 тыс. руб.

Вопросы к ситуационной задаче:

1. Можете ли Вы закупать товар без регистрации предприятия?

2. Вы успешно завершили год работы. В вашем распоряжении 200 тыс. руб. прибыли. Как будете делить ее между собой?

3. Плохое знание налоговой политики и условий закупок мяса и мясопродуктов привели Вас к разорению. Ваш долг 100 тыс. руб. На какую сумму вы обязаны покрыть свои долговые обязательства?

Ситуация 2. Будучи студентом очной формы обучения, Вы хотите организовать небольшой бизнес в свободное от учебы время в соответствии с вашими финансовыми и правовыми возможностями. Вы решили вести бизнес легально, узаконить свои отношения с государством и официально зарегистрировать свое предприятие (организацию).

Обоснуйте выбор организационно-правовой формы вашего бизнеса.

Проведите тщательный экономический и правовой анализ возможных альтернатив:

– суммы средств, необходимых для создания уставного капитала и источников его образования;

– необходимости и оптимального числа компаньонов;

- совместимости организационной формы и сферы бизнеса (например, в некоторых сферах бизнеса ИП недопустимо в соответствии с основным отраслевым законом);
- необходимости оформления лицензии на право деятельности и её стоимости;
- суммы первоначальных затрат на освоение бизнеса;
- наличия необходимого образования;
- размеры государственной пошлины при регистрации;
- стоимости помещения для ведения бизнеса (если это необходимо);
- системы налогообложения и размеров налоговых ставок и т.п.

Ситуация 3. Предприниматель, занимающийся продажей крупных партий сигарет, до сих пор не был убежден в том, что курение вызывает рак. Недавно он познакомился с отчетом об исследовании, в ходе которого со всей очевидностью установлена связь между курением и раковыми заболеваниями. Как ему поступить?

Ситуация 4. Фирма с помощью исследований усовершенствовала один из выпускаемых товаров. Товар не стал по-настоящему "усовершенствованной новинкой", но предприниматель знает, что появление подобных утверждений на упаковке и в рекламе повысит его сбыт. Как поступить?

Ситуация 5. Предприниматель познакомился с женщиной, которая еще совсем недавно была управляющей по товару в конкурирующей фирме. Можно взять ее на работу. Она с удовольствием расскажет обо всех планах конкурента на предстоящий год. Как поступить?

Ситуация 6. У предпринимателя существует сеть дилеров. У одного из них на важной сбытовой территории недавно начались неурядицы в семье, и показатели его продаж упали. В прошлом это был один из самых высокопроизводительных продавцов фирмы. Как скоро войдет в норму его семейная жизнь, неясно, а пока что большое количество продаж теряется. Есть юридическая возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его. Как поступить предпринимателю?

Ситуация 7. Предприниматель узнал, что конкурирующая фирма придала своему товару свойство, которое окажет большое влияние на сбыт. На ежегодной специализированной выставке у этой фирмы будет офис для гостей, и на одном из приемов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве товара. Предприниматель без труда может послать на этот прием своего «агента», чтобы узнать о нововведении. Как ему поступить?

Ситуация 8. Глава фирмы изо всех сил старается добиться заключения большого контракта и в ходе переговоров о запродаже узнает, что представитель покупателя подыскивает себе более выгодную работу. У предпринимателя нет желания брать его к себе на работу, но если глава фирмы намекнет ему об этой возможности, он, по всей вероятности, передаст заказ рассматриваемой фирме. Как поступить?

Ситуация 9. Предприниматель хочет опросить выборку потребителей об их реакциях на товар конкурента. Предлагается провести эти интервью якобы от имени некоего несуществующего безобидного "Института по исследованию маркетинга". Как поступить?

Ситуация 10. Предприниматель беседует со способной женщиной, желающей поступить к нему торговым агентом. Уровень ее квалификации выше, чем у мужчин, с которыми беседы проводились ранее. Однако есть подозрения, что ее прием на работу вызовет отрицательную реакцию со стороны ряда нынешних торговых агентов, среди которых нет женщин, и может раздосадовать некоторых важных клиентов фирмы. Как поступить?

Ситуация 11. Правообладатель товарного знака, установив случай его незаконного использования, был вынужден обратиться за защитой в арбитражный суд. В исковом заявлении содержалось требование об удалении логотипа с продукции, введенной в оборот, и о публикации судебного решения в газетах. Был ли удовлетворен иск?

Ситуация 12. В арбитражном суде было рассмотрено исковое заявление ООО «Гелавит» к ООО «Гелавит-Нео», считающего, что ответчиком незаконно используется наименование, сходное до степени смешения с товарным знаком истца. ООО «Гелавит» требовало обязать ответчика уничтожить все рекламные материалы, этикетки, упаковки, якобы вводящие потребителя в заблуждение. В ходе судебного заседания было установлено, что обозначение

на печатной продукции ООО «Гелавит-Нео» выполнено совершенно в другой цветовой гамме, отличающейся от логотипа истца, к тому же отсутствует графическое изображение, свойственное обозначению ООО «Гелавит». Это дало основание суду принять решение об отсутствии факта нарушения прав истца. Истец обратился с апелляцией. Был ли удовлетворен истец?

Ситуация 13. В арбитражном суде рассматривалось дело по иску завода, производящего часы, к магазину, в котором продавались изделия под торговой маркой данного производителя, но им не выпускавшиеся. Предметом иска было прекращение нарушения прав на товарный знак. В своих возражениях торговая точка не признавала свою вину, указывая, что магазин всего лишь выставил часы на продажу, а ответственность должен нести производитель, незаконно воспользовавшийся данным обозначением.

Как вы считаете, был ли удовлетворен судом поданный иск?

Ситуация 14. По договору поставки покупатель обязан оплатить товар в течение 10 банковских дней с момента его получения. Однако товар на сумму 120 тыс.руб. был оплачен через 20 банковских дней. Какую ответственность несет покупатель за нарушение условий договора? Ответ обоснуйте.

Ситуация 15. По договору купли-продажи в магазин поступили трикотажные изделия. В товарно-транспортной накладной значится жакет женский 30 штук по цене 1300 руб. Фактически оказалось 25 штук. Определите сумму недостачи. Охарактеризуйте порядок возмещения недостачи в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

Ситуация 16. В соответствии с договором поставки на склад универсама поступили товары на сумму 2500 тыс. руб. на условиях предварительной оплаты. При приемке оказалось, что товар на сумму 20 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям ГОСТ, о чем был составлен акт экспертизы. Расходы на экспертизу составили 500 руб. Определите последствия поставки товаров ненадлежащего качества, руководствуясь Гражданским кодексом РФ.

Ситуация 17. Согласно договору поставки, с АО «Воронежская кондитерская фабрика» ООО «Лакомка» получило кондитерские изделия на сумму 500 тысяч рублей. При приемке товара заведующая секцией обнаружила недостачу на сумму 5 тысяч рублей. Руководствуясь Гражданским кодексом РФ (часть 2, принят Государственной Думой РФ 22.12.95г.) охарактеризуйте правила возмещения недопоставки товаров, права покупателя и ответственность поставщика в данной ситуации.

Ситуация 18. Торгово-посредническая фирма «Росэкспо» провела аукцион по продаже изделий художественных народных промыслов, результаты которого представлены в таблице:

Показатели	Ед. изм.	Заявлено на аукционные торги	Продано на аукционных торгах
1. Количество продукции народных промыслов	ед.	150	112
2. Стоимость аукционной продажи	тыс. руб.	18,75	75,6
3. Лицензионный сбор за право проведения аукциона	%	10	*
4. Распределение выручки от аукционного торга			
в пользу Аукциона	%	*	60,0
в пользу Владельцев	%	*	40,0

Используя данные о результатах аукционного торга, определить тип аукциона, произвести расчет суммы лицензионного сбора за право проведения аукционных торгов и распределить сумму выручки между аукционом и владельцами. По проведенным расчетам необходимо сделать выводы об эффективности аукционных торгов.

Ситуация 19. Торгово-посредническая фирма «АРТ - студия» г. Москвы провела аукцион по реализации произведений живописи, предметов антиквариата и художественных изделий в художественной галерее «Актер», результаты аукционного торга представлены в таблице:

Показатели	Ед. изм.	Заявлено на аукционные торги	Продано на аукционных торгах
1. Количество аукционных товаров	ед.	58	50
2. Стоимость аукционных товаров	т.р.	5510	13250
3. Лицензионный сбор за право проведения аукциона	%	10	*
4. Распределение выручки от аукционного торга			
в пользу Аукциона	%	*	60,0
в пользу Владельцев	%	*	40,0

Используя данные о результатах аукционного торга, определить тип аукциона, произвести расчет суммы лицензионного сбора за право проведения аукционных торгов и распределить сумму выручки между аукционом и владельцами. По проведенным расчетам необходимо сделать выводы об эффективности аукционных торгов.

Ситуация 20. Коммерческо-посредническая фирма «Стройторг» провела в августе текущего года оптовую ярмарку «Строительство» в выставочном центре г. Воронеж. На торгах оптовой ярмарки были представлены строительные и отделочные материалы, конструктивные элементы, общий объем заключенных сделок составил 2700 тыс. руб. Эффективность торгов оптовой ярмарки характеризуется следующими данными:

Показатели	Ед. изм.	Значение	Показатели	Ед. изм.	Значение
1. Объем заключенных сделок	тыс. руб.	2700	4. Общая площадь экспозиции	кв. м	1600
2. Сумма заявленных на ярмарочные торги товаров	тыс. руб.	3050	5. Затраты на проведение оптовой ярмарки	тыс. руб.	121,6
3. Количество участников:			6. Количество дней работы оптовой ярмарки	дни	5
- поставщиков	ед.	80			
- покупателей	ед.	355			

На основе приведенных данных рассчитать показатели эффективности работы оптовой ярмарки по реализации стройматериалов (удельный вес совершенных сделок, затраты на 1 кв.м экспозиционной площади, средний объем закупки на одного оптового покупателя).

Ситуация 21. Региональная торговая фирма «Югэкспо» планирует провести в октябре текущего года оптовую ярмарку по продаже товаров народного потребления на сезон «Зима-21 век» в выставочном центре г. Ростова-на-Дону с участием представителей торговли, промышленности и потребительской кооперации южного территориального округа России. Коммерческая служба торговой фирмы провела предварительные расчеты по организации и проведению ярмарки, получив следующие результаты:

Показатели	Ед. изм.	Значение
1. Экспозиционная площадь ярмарки, всего	кв. м	5000
2. Экспозиционная площадь, приходящаяся на одного участника:		
- максимальная	кв. м	20
- минимальная	кв. м	4
3. Расходы на организацию и проведение оптовой ярмарки:		
- аренда выставочной площади	тыс. руб.	1160,0
- оформительские расходы	тыс. руб.	185,0
- непредвиденные расходы	тыс. руб.	135,0
- расходы на обслуживание участников	тыс. руб.	577,0

На основе приведенных данных определить общую сумму расходов на организацию оптовой ярмарки, размер средней выставочной площади, примерное количество участников ярмарки, стоимость 1 кв. м выставочной площади.

Ситуация 22. Посредническая фирма «Агроэкспо» планирует провести в декабре текущего года ярмарку-выставку «Агротех» по продаже сельскохозяйственной продукции, сырья и оборудования в экспоцентре г. Воронежа, с участием региональных представительств агропромышленного комплекса, промышленных и торговых предприятий Центрального Федерального округа.

Коммерческий отдел фирмы осуществил предварительные расчеты затрат на организацию и проведение ярмарки-выставки, получив следующие результаты:

Показатели	Ед. изм.	Значение
1. Экспозиционная площадь ярмарки, всего	кв. м	3500
2. Экспозиционная площадь, приходящаяся на 1-го участника:		
- максимальная	кв. м	20
- минимальная	кв. м	4
3. Расходы на организацию и проведение оптовой ярмарки:		
- аренда выставочной площади	тыс. руб.	870,0
- оформительские расходы	тыс. руб.	120,0
- непредвиденные расходы	тыс. руб.	35,0
- расходы на обслуживание участников	тыс. руб.	280,0

На основе проведенных расчетов определить сумму общих расходов на организацию оптовой ярмарки, размер средней выставочной площади, прогнозируемое количество участников ярмарки, стоимость 1 кв. м выставочной площади.

Ситуация 23. Коммерческий аппарат ООО «Шанс», изучив спрос на чулочно-носочные изделия, принял коммерческое решение о заключении договора поставки с АО «Борисоглебский трикотаж».

Проект договора содержал следующие условия:

- ассортимент и количество чулочно-носочных изделий будет устанавливаться сторонами спецификациях, являющихся неотъемлемыми частями настоящего договора и в счетах фактурах на каждую партию товара;
- цена товара, поставляемого по настоящему договору, будет определяться сторонами в протоколе согласования договорной цены, являющемся неотъемлемой частью настоящего договора, на основании калькуляции (или иного документа) о стоимости изготовления промышленного образца, которому будет изготавливаться товар;
- сумма договора составляет 800 тыс. руб.;
- поставка осуществляется исключительно на основании подписанной сторонами спецификации, которую покупатель обязан предоставить не позднее, чем за 5 дней до даты отгрузки товара покупателю;
- спецификация считается принятой в редакции покупателя, если поставщик в течение одного дня после ее получения не сообщит покупателю о своем несогласии с данными спецификации;
- качество поставляемого товара должно соответствовать ГОСТ 8541-94, ГОСТ 16825 - 85, ТУ 17-09-333-91, ТУ 17-09-182-86, по маркировке ГОСТ 3897-87 и др. нормативно технической документации;
- доставка товара производится автотранспортом поставщика в срок не позднее 5 дней, со дня представления заказа. Поставщик имеет право досрочной поставки товара;
- транспортные расходы, связанные с доставкой товара, стоимость мешкотары возлагается на покупателя;
- товар поставляется в таре и упаковке, соответствующих стандартам, ТУ;
- оплата за товары осуществляется в безналичном порядке с отсрочкой платежа 10 дней после принятия товара. При этом предоставляется право реализации товара;
- право собственности на соответствующую партию товара переходит к покупателю после оплаты им этой партии товара и зачисления денежных средств на счет Поставщика;

- приемка товара по количеству и качеству производится при передаче товара Покупателю. Товар, поставленный без копий сертификатов соответствия. Покупателем не принимается. В случае несоответствия доставленного товара согласованному заказу представителями сторон составляется акт приемки;
- за просрочку поставки или доставки товара поставщику уплачивает покупатель неустойку в размере 0,5% от стоимости недоставленного товара за каждый день просрочки;
- при несвоевременной оплате покупатель уплачивает поставщику пени в размере 0,5% от суммы просроченного платежа за каждый день просрочки.

Действия по заданию:

1. Произведите анализ условий договора, определенных сторонами.
2. Составьте раздел «Предмет договора» договора поставки.
3. Перечислите возможные приложения к договору поставки.

Ситуация 24. Согласно заявке грузоотправителя, железная дорога должна была подать 3 вагона под погрузку 10 апреля 10.00 часов. Железная дорога подала вагоны под погрузку в 14 час. 12 мин.

Определить какую ответственность несет железная дорога перед грузоотправителем?

Ситуация 25. Согласно заявке, железная дорога подала 3 контейнера грузоподъемностью по 5 тонн. Грузоотправитель не использовал для погрузки контейнеры.

Определить ответственность грузоотправителя перед железной дорогой и рассчитать сумму штрафа?

Ситуация 26. Согласно заявке грузоотправителя, железная дорога должна была подать 3 рефрижераторных вагонов для отправки 10 тонн мясомолочной продукции 10 мая. Железная дорога не подала вагоны в установленный срок.

Согласно уставу железнодорожного транспорта РФ, определите ответственность железной дороги и рассчитайте сумму штрафа?

Ситуация 27. Грузополучатель после разгрузки 4-х вагонов передал их железной дороге не очищенные внутри и снаружи.

Определите обязанность и ответственность грузополучателя за возврат указанных вагонов.

Ситуация 28. Грузоотправитель в адрес железной дороги направил заявку о подаче 2-х вагонов на 2 апреля. Железная дорога в указанный срок не подала вагоны.

Какова ответственность железной дороги?

Ситуация 29. Железная дорога по заявке грузоотправителя подала 3 вагона по 60 тонн, но грузоотправитель отказался от выделенных вагонов.

Определить ответственность грузоотправителя перед железной дорогой и рассчитать сумму штрафа?

Ситуация 30. Согласно заявке грузоотправителя, железная дорога не подала 3 вагона по 60 тонн в указанный срок.

Какая ответственность железной дороги, рассчитать сумму штрафа?

Определить ответственность грузоотправителя перед железной дорогой и рассчитать сумму штрафа?

Ситуация 31. В адрес ООО «Всё для дома» поступила партия фарфоровой посуды в универсальном контейнере. Контейнер прибыл на ст. Придача Воронеж -1 в исправном состоянии с актом пломбы промежуточной станции, при взвешивании контейнера масса брутто имела расхождение на 100 кг.

Охарактеризуйте действия товарополучателя.

Ситуация 32. В счет выполнения договора купли-продажи № 21 от 12.01 т. г. с АО «Гусь-Хрустальный стекольный завод» ООО «Посудная лавка» 1.04. текущего года получило универсальный железнодорожный контейнер со стеклянной посудой, контейнер № 864275 поступил на ст. Придача (Воронеж 1). В железнодорожной накладной № 1425 от 26.03. т. г. значились стаканы 5000 штук на сумму 125000 руб. В счет-фактуре № 28627 от 25.03. т. г. данные были указаны те же.

При осмотре обнаружено, что контейнер технически неисправен, имеются пломбы АО «Гусь-Хрустальный стекольный завод»; описание оттиска пломб совпадает с данными в

железнодорожной транспортной накладной. В контейнере 250 мест. Контейнер доставлен в магазин «Посудная лавка». При приёмке тарных мест на “слышимый бой” работниками магазина были отобраны 8 картонных ящиков, при вскрытии которых оказались разбитыми бокалы в количестве 120 штук сверх норм естественной убыли. Причины боя – нарушение правил упаковки стаканов в картонных ящиках. Кроме этого, отсутствовали 2 тарных места (в каждом месте 20 бокалов). Счёт был оплачен до получения товара.

Охарактеризуйте последовательность действий по организации приемки товаров (посуды) от поставщика.

Блок С. Задания практикоориентированного уровня («владеть»)

С1. Деловые игры

Деловая игра «Поведение потребителя»

Цели игры

1. Усвоить понятия «полезность», «функция полезности», «предельная полезность», «таблица Менгера», «бюджет потребителя», «равновесие потребителя», «ликвидность», «бартер» и др.
2. Понять способ представления функции полезности в виде таблицы Менгера.
3. Научиться определять оптимальный (равновесный) набор продуктов при заданных функции полезности и бюджете потребителя в частном случае, когда функция полезности представлена в виде таблицы Менгера.
4. Приобрести элементарные навыки активного поиска торгового партнера, обсуждения условий сделки, бартерного обмена и т. д.

Понятия

- Полезность (U) — удовлетворение, полученное человеком в результате потребления некоторого набора продуктов.
- Функция полезности — зависимость полезности от объемов потребления продуктов (число независимых переменных этой функции равно числу разных продуктов в наборе).
- Предельная полезность i -й единицы продукта (MU_i) — прирост полезности набора, достигнутый в результате добавления в него i -й единицы данного продукта при неизменном количестве в наборе всех других продуктов.
- Бюджет потребителя — сумма, которую человек может расходовать на приобретение набора продуктов.
- Равновесие потребителя — ситуация, когда при заданном бюджете потребитель получает максимальную полезность.
- Ликвидность — способность товара быстро обмениваться на другие товары в соответствии со сложившимися рыночными ценами. Деньги — товар с наивысшей ликвидностью.
- Бартер — обмен товарами, которые не являются деньгами.

Теория

Таблица Менгера — специфическая форма записи функции полезности. Она применяется, когда продукты дискретны (яблоки, конфеты), а предельная полезность одного продукта не зависит от объема потребления других продуктов.

Например, если добавочное «удовольствие», доставленное потреблением дополнительного куска хлеба, не зависит от того, сколько при этом потребляется молока, то в этом случае функцию полезности можно записать в виде таблицы Менгера.

Для набора из двух продуктов X и Y таблица Менгера (табл. 2.1) имеет вид:

Таблица 2.1 Таблица Менгера

X	Y
MU_{1x}	MU_{1y}

MU2x	MU2y
.....	

Полезность набора, состоящего из t единиц продукта Y , равна сумме первых t элементов первого столбца, сложенной с суммой первых p элементов второго столбца:

$$U_{\min} = (MU_{1x} + \dots + MU_{mx}) + (MU_{1y} + \dots + MU_{ny}).$$

Пример, Бюджет Федора составляет 4 талера. Набор состоит из яблок, груш, тортов и кексов. Яблоко и груша стоят по 1 талеру, а торт и кекс — по 2 талера. Предельные полезности этих продуктов указаны в таблице Менгера (табл. 2.2).

Найдем равновесный набор. Заметим, что из четырех продуктов отношение предельной полезности первой единицы продукта к цене больше у яблок ($7/1$ против $5/1$, $9/2$ и $11/2$). Поэтому в равновесный набор надо включить яблоко.

Представим, что Федор уже съел первое яблоко, и продолжим наши рассуждения. Отношение предельной полезности следующего (второго по счету) яблока к цене по-прежнему превосходит отношение предельной полезности первой единицы продукта к цене для остальных продуктов (эти продукты еще не потребляли, поэтому мы рассматриваем предельную полезность их первых единиц — самых «вкусных»).

Таблица 2.2 Предпочтения Федора

	Яблоко	Груша	Торт	Кекс
MU1	7	5	9	11
MU2	6	4	9	7
MU3	5	3	8	3
MU4	4	2	7	2
Цена	1	1	2	2

Представим, что Федор съел и второе яблоко. Теперь наибольшее отношение предельной полезности к цене будет у кекса ($11/2$ против $5/1$, $5/1$ и $9/2$). Итак, равновесный набор состоит из двух яблок и одного кекса. Формально он записывается так: (2; 0; 0; 1). Максимальная полезность равна $(7 + 6) + 11 = 24$. Любой другой набор стоимостью 4 талера даст меньшую полезность (проверьте!).

Правила игры

1. Имеются четыре продукта: гусь, утка, курица и фазан (рассматриваются животные, — как у К. Менгера). Каждая из птиц изображается карточкой:

- * гусь — красной;
- * утка — синей;
- * курица — коричневой;
- * фазан — зеленой.

2. Цена гуся, утки и курицы — \$1, фазана — \$2 (фазан — дичь, поэтому он дороже).

3. Каждый студент разводит (или добывает в лесу) птиц одного вида и продает (обменивает) их на рынке. Каждый продавец выходит на рынок, располагая продуктами стоимостью \$4 (бюджет потребителя):

- * у продавца гусей — 3 гуся и \$1;
- * у продавца уток — 3 утки и \$1;
- * у продавца кур — 3 курицы и \$1;
- * у продавца фазанов — 1 фазан и \$2.

4. Студентам выдаются соответствующие наборы (птицы плюс доллары). Роль доллара у нас выполняет советский «пятак» (можно взять любую монету, вышедшую из обращения).

5. Каждый продавец является и потребителем. Он получает свою таблицу Менгера. Используя ее и учитывая заданный бюджет потребителя (\$4), студент должен определить равновесный набор продуктов и максимальную полезность, т. е. решить задачу, аналогичную задаче из раздела «Теория».

6. Конечная цель потребителя-продавца — получить равновесный набор в материальной форме (карточка плюс деньги) и предъявить его преподавателю. Необходимо особо подчеркнуть, что вместо любой птицы студент может предъявить соответствующее ее стоимости количество долларов. Таким образом, роль доллара в этой игре похожа на роль джокера в картах, который может «превратиться» в любую карту.

Пример. Равновесный набор продавца состоит из двух гусей и двух кур. Он получит максимум полезности, если предъявит преподавателю один из следующих наборов:

- * 2 гуся, 1 курицу и \$1;
- * 2 гуся и \$2;
- * 2 курицы и \$2;
- * 1 гуся и \$3 и т. д.

7. Для того чтобы «добыть» равновесный набор, студент вынужден меняться продуктами с другими студентами. Обычно успеха добиваются студенты, которые громко объявляют о том, какие продукты им нужны и какие продукты они предлагают для обмена. Понятно, что обменять птицу на доллар сложнее, чем доллар на птицу. Это связано с тем, что доллар обладает большей ликвидностью, а поэтому он ценнее гуся или курицы.

8. В игре особо выделяется случай, когда студент предъявляет преподавателю \$4. Этот студент — абсолютный победитель игры, потому что он добился сложной цели, — получил максимально возможный объем ликвидных средств. Для этого, несомненно, нужен предпринимательский талант (возможность рэкета мы исключаем). Мы даже «прощаем» этим студентам ошибки в определении равновесного набора.

9. Баллы присуждаются по следующим правилам:

- * пять баллов. Предъявлены \$4;
- * четыре балла. Правильно определены равновесный набор и максимальная полезность, причем равновесный набор предъявлен преподавателю (если помимо птиц сдаются доллары, то необходимо объяснить, какую птицу «заменяет» каждый доллар);
- * три балла. Правильно определены равновесный набор и максимальная полезность, но студенту не удалось совершить нужный обмен и сданный набор не является равновесным (продавец обладает экономическими знаниями, но ему не хватило предпринимательских способностей);
- * два балла. Равновесный набор определен неверно, предъявлен набор стоимостью \$4 (продавцу не хватает экономических знаний, и он не продемонстрировал предпринимательского таланта);
- * один балл. Предъявлен набор стоимостью меньше \$4 (продавца обманули партнеры по сделке, или товар, попросту, украден).

10. Побеждает студент (студенты), получивший наибольшее количество баллов.

Подготовка игры

1. Подготовить карточки четырех цветов и монеты. Число карточек каждого цвета должно быть приблизительно равно числу студентов в группе. Число монет должно на 25% превосходить число студентов в группе.

2. Подготовить карточки с таблицами Менгера (по числу студентов группы). На каждой карточке надо указать, каких птиц продает данный потребитель (табл. 2.3).

3. Определить равновесный набор и максимальную полезность для каждой таблицы Менгера, учитывая заданные цены продуктов и ограничения бюджета (табл. 2.4).

4. Подготовить таблицу для регистрации преподавателем результатов игры (табл. 2.5).

Порядок проведения игры

1. Повторить понятия и теоретические положения, необходимые для поведения игры.

Таблица 2.3 Предпочтения участников игры

1. Гусь				2. Гусь				3. Гусь			
Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф
27	32	28	59	31	32	34	64	12	11	11	25
26	31	28	58	31	32	33	64	11	10	10	24
25	31	28	57	30	31	33	60	10	9	8	20
24	29	28	56	30	29	30	56	10	7	5	15
4. Утка				5. Утка				6. Утка			
Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф
18	14	16	31	27	28	32	59	20	23	24	44
17	13	16	30	26	28	31	58	19	22	20	40
14	13	12	26	25	28	31	57	18	20	19	38
10	11	9	20	24	20	29	56	18	16	15	34
7. Курица				8. Курица				9. Курица			
Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф
24	23	20	44	18	16	14	31	14	12	12	25
20	22	19	40	17	16	13	30	13	10	12	22
19	20	18	38	14	12	13	26	6	9	10	21
15	16	18	34	10	9	11	20	6	8	8	15
10. Фазан				11. Фазан				12. Фазан			
Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф	Г	У	К	Ф
17	16	17	30	16	16	17	30	14	16	17	30
16	14	15	28	14	15	14	30	14	16	14	30
12	13	15	26	13	14	14	28	13	15	12	29
11	12	14	26	12	13	12	28	13	12	10	25

2. Решить на доске задачу на определение равновесного набора (см. раздел «Теория»).

3. Объяснить студентам цели и правила игры.

4. Выдать каждому студенту:

* карточку с таблицей Менгера, задающей индивидуальные потребительские предпочтения;

* карточки, заменяющих в игре птиц: для продавцов гусей, уток и кур — три, для продавцов фазанов — одну. Эти карточки должны соответствовать виду птиц, указанному над таблицей Менгера;

* монеты: для продавцов гусей, уток и кур — одну, для продавцов фазанов — две.

Таблица 2.4 Равновесные наборы участников игры

Вариант	Набор				Полезность
	Г	У	К	Ф	
1	0	4	0	0	123
2	0	1	3	0	132
3	0	0	0	2	49
4	2	0	2	0	67
5	0	0	4	0	123
6	0	1	1	1	91
7	1	1	0	1	91
8	2	2	0	0	67
9	2	0	0	1	52
10	2	1	1	0	66
11	1	2	1	0	64
12	0	3	1	0	64

Таблица 2.5 Результаты игры «Поведение потребителя»

№ п/п	Студент	Вариант	Сдан набор	Полезн.	Опт.	Балл
1	2	3	4	5	6	7
1	Григорьев	3	0, 0, 0, 2	49	+	4
2	Петрова	7	1,1,0,1	91	+	4
3	Антонов	12	0, 3, 1, 0	64	+	4
4	Сергеева	5	0,1,3,0	122	-	2
5	Дмитриев	2	Неопт.	91	+	3
6	Борисов	1	2,1,1,0	250	-	2
7	Глебова	6	0, 1, 1, 1	91	+	4
8	Иванова	8	2, 2, 0, 0	67	+	4
9	Яковлев	10	\$4	\$4	\$4	5
10	Маринин	4	Неопт.	67	+	3
11	Алексеева	11	3, 0, 0, 0	64	+	1
12	Федотов	9	1, 1,0,1	4	-	2

5. Предоставить студентам 20-30 минут, за которые они должны успеть:

* определить равновесный набор и соответствующие максимальные значения полезности;

* обменять «ненужных» птиц на «нужные» птицы или монеты и получить равновесный (оптимальный) набор;

* предъявить преподавателю равновесный набор и сообщить ему значение максимальной полезности; либо сдать \$4; либо сообщить состав равновесного набора и

сдать неравновесный набор. Одновременно сдать преподавателю карточки с таблицами Менгера.

6. Подвести итоги игры, используя таблицу 2.4. Выставить студентам баллы. Сообщить каждому студенту его равновесный набор и максимальную полезность, используя ту же таблицу. Проанализировать ошибки, допущенные при решении задачи равновесия потребителя и обмен! продуктов. Объявить победителя (победителей) игры.

Пример игры

1. Исходные данные:

- студентов — 12;
- карточек «Гусь», «Утка» и «Курица» — по 9;
- карточек «Фазан» — 3;
- монет — 15.

2. В результате проведенных студентами расчетов и обменов получены следующие данные (табл. 2.5).

Примечания:

- в первом столбце таблицы указывается порядковый номер студента в соответствии с последовательностью предъявления преподавателю наборов продуктов;
- в третьем столбце указывается номер карточки с таблицей Менгера (номер варианта);
- в четвертом столбце записывается: сданный набор продуктов, если студент считает его оптимальным; либо, в противном случае, сокращение «неопт.»;
- в пятом столбце указывается полезность равновесного набора (по мнению студента). Студенты, полагающие, что сданный ими набор не оптимален, указывают максимальную полезность рассчитанного, но не «добытого» ими равновесного набора;
- в шестом столбце ставится знак «плюс» студентам, правильно определившим равновесный набор, независимо от того, «добыли» они его или нет. Студентам, не определившим равновесный набор, ставится знак «минус»;
- для студента, сдавшего 4 доллара, в столбцах 4-6 записывается знак «\$4».

3. Итоги игры:

- абсолютным победителем игры стал Яковлев, сдавший \$4 (5 баллов);
- пять студентов также можно признать победителями. Каждый из них верно определил и с помощью обмена «добыл» равновесный набор: Григорьев, Петрова, Антонов, Глебова, Иванова (4 балла);
- два студента верно определили равновесный набор, но не смогли произвести необходимый обмен: Дмитриев, Маринин (3 балла);
- три студента не смогли правильно определить равновесный набор: Сергеева, Борисов, Федотов. Это грубая ошибка (2 балла);
- студентка Алексеева верно определила равновесный набор, но в ходе обмена потеряла одну птицу (или доллар). Этот серьезный просчет на практике приводит к снижению полезности на большую величину, чем ошибка в определении равновесного набора (1 балл).

Деловая игра «Равновесие монополии»

Цели игры

1. Усвоить понятия «индивидуальный спрос», «рыночный спрос», «монополия», «выручка», «издержки», «прибыль», «равновесие фирмы», «равновесная цена».
2. Осознать сущность закона спроса.
3. Изучить механизм ценообразования на монополизированном рынке.
4. Приобрести элементарные навыки выявления предпочтений потребителей и рекламирования товара.

Понятия

- Индивидуальный спрос — количество товара, которое желает и способен приобрести данный человек за некоторый промежуток времени.

- Рыночный спрос — сумма значения индивидуального спроса всех покупателей данного товара.
- Закон спроса — убывание объема спроса при увеличении цены.
- Монополия — единственный продавец.
- Монополия-перекупщик — монополия, которая покупает товар по фиксированной цене на одном рынке (цена закупки), а продает его по произвольной (монопольной) цене на другом рынке.
- Выручка — произведение цены и объема продаж.
- Издержки монополиста-перекупщика — произведение цены закупки и объема продаж.
- Прибыль — разность выручки и издержек.
- Равновесие фирмы — ситуация, когда ее прибыль максимальна.
- Равновесная цена — цена, которую должен установить монополист, чтобы максимизировать прибыль.

Теория

Равновесная цена монополии-перекупщика определяется суммой значений индивидуального спроса всех покупателей и ценой закупки. Рассмотрим пример.

На рынке — два покупателя и монополия. При ценах 30, 25 и 20 единиц спрос первого покупателя равен 1, 2 и 3, а спрос второго покупателя — соответственно 0, 1 и 1. Цена закупки равна 9. Рыночный спрос Q найдем, сложив функции индивидуального спроса Q_1 и Q_2 . Общие издержки $ТС$ в данном случае пропорциональны объему продаж. Учитывая это, запишем данные в табл. 3.1 и выполним действия.

Максимальная прибыль — 48 достигается при цене 25. Это — равновесная цена.

Таблица 3.1 Расчет равновесной цены монополии

P	Q ₁	Q ₂	Q	TR	ТС	П
			Q ₁ + Q ₂	P × Q ₁	9 × Q	TR - TC
30	1	0	1	30	9	21
25	2	1	3	75	27	48
20	3	1	4	80	36	44

Правила игры

Несколько студентов (2-3 чел.) выступают в роли монополии-перекупщика (у каждого продавца свой уникальный товар).

1. Остальные студенты являются покупателями. Каждый студент может предъявить спрос только на один товар.

2. Фактически игра происходит между студентами-«монополистами». Победит монополист, получивший большую прибыль. Задача монополистов заключается в выборе и рекламировании товара с целью формирования высокого рыночного спроса на него.

3. Монополист устанавливает цену закупки товара, ориентируясь на сложившуюся цену на этот товар на реальном рынке. Эта цена существенно влияет на прибыль монополиста. Если цена закупки излишне высока, то монополия может оказаться в убытке. Однако цена закупки не должна быть неправдоподобно низкой. Если цена закупки равна нулю, то мы говорим, что монополист «украл» товар.

4. Монополист сообщает цену закупки преподавателю конфиденциально, поскольку она не должна влиять на формирование индивидуального спроса покупателей (это «коммерческая тайна»).

5. Студенты-«покупатели» участвуют в игре, поддерживая того или иного продавца («голосуя рублем»). Каждый покупатель выбирает один товар и предъявляет на него спрос.

6. Если покупатель предъявляет спрос, который не подчиняется закону спроса, то такой покупатель дисквалифицируется, а его заявка в игре не участвует. Определенный продавец лишается поддержки этого покупателя.

7. Процедуре заполнения таблиц индивидуального спроса предшествует дискуссия в аудитории о возможном диапазоне изменения цены каждого товара. Итогом дискуссии должен стать набор возможных значений цены каждого товара (4-5 значений), в который, по мнению аудитории, входят максимально и минимально возможные значения цены.

8. В дискуссии о диапазоне цены товара не участвует его продавец, поскольку он заинтересован в повышении цены и установлении более высокой равновесной цены.

9. Преподаватель в этой игре выполняет организационные функции и осуществляет необходимые расчеты на доске (расчеты можно поручить студенту).

Подготовка игры

1. Установить количество возможных значений цены для каждого товара (у нас оно равно 4).

2. Подготовить «бланки» для записи индивидуального спроса (табл. 3.2).

Порядок проведения игры

1. Повторить понятия, необходимые для проведения игры. Решить на доске задачу из раздела «Теория».

2. Объяснить студентам цели и правила игры.

3. Среди активных студентов выбрать двух (или более) человек, которые будут выступать в роли продавцов (желательно добровольцев). Дать им время на обдумывание вопроса о том, какой товар в данное время в данной аудитории будет пользоваться наибольшим спросом.

Таблица 3.2 Бланк для предъявления индивидуального спроса

Ф.И.О.		
товар		
№	цена	спрос
1		
2		
3		
4		

Примечание. Предлагаемые для продажи товары должны быть относительно недорогими: пирожки, мороженое, авторучки и т. п. Для большей определенности понятия «недорогие» надо условно предположить, что каждый из присутствующих студентов располагает одинаковой небольшой суммой денег (100-200 руб.). Это ограничение студенты-покупатели должны учитывать при предъявлении индивидуального спроса. Предполагаемые затраты покупателя на тот или иной товар при любой цене не должны превышать данной суммы.

4. Предложить студентам-продавцам рекламировать свой товар перед аудиторией.

5. Взять у студентов-продавцов значения цен покупки соответствующих товаров, соблюдая при этом конфиденциальность.

Примечание. При дальнейшем обсуждении диапазона цены может случиться, что заявленная цена закупки окажется больше, чем максимальная цена диапазона. В этом случае прибыль продавца отрицательна при любой цене диапазона, т. е., продавец терпит фиаско как предприниматель, поскольку он приобрел товар по слишком высокой цене.

6. Провести дискуссию о возможном диапазоне цены каждого товара. Разбить этот диапазон на три равные части, получить 4 возможные значения цены (округлить до целых рублей).

Пример. Студенты-покупатели сошлись на том, что цена мороженого «Холодок» может находиться в пределах 12-20 руб. Величина диапазона составляет $20 - 12 = 8$ руб. Разница между соседними ценами равна $8 : 3 = 2,7$ руб. (округленно — 3 руб.). Тогда возможные значения цены будут: 12, 15, 18 и 21 руб.

7. Выдать всем студентам «бланки» индивидуального спроса.

8. Предложить студентам выбрать один товар и записать четыре значения индивидуального спроса, отвечающие установленным ранее четырем возможным значениям цены. Студент должен стараться дать максимально правдивую информацию о спросе, т. е. указать, сколько единиц понравившегося товара он купил бы по каждой цене, если бы вдруг сейчас в аудитории ему стали продавать данный товар. При этом необходимо учитывать действие закона спроса и ограниченность средств покупателя. Примечание. Продавцу запрещено выбирать свой товар, так как заявленный спрос на него, скорее всего, не будет объективным, поскольку по условию игры продавец заинтересован в максимизации суммарного спроса на свой товар.

9. Собрать заполненные бланки и разложить их на две (или более — по числу продавцов) пачки.

10. Не рассматривать бланки, в которых нарушен закон спроса.

11. Произвести на доске необходимые расчеты для определения равновесной цены первого товара и максимальной прибыли первого продавца, предварительно «рассекретив» цену покупки.

12. Произвести аналогичные расчеты для определения параметров равновесия второго монополиста.

13. Определить монополиста, прибыль которого максимальна. Он является победителем игры.

Пример игры

1. Исходные данные:

* студентов — 6;

* товаров — 2;

* возможных цен — 4.

2. Студент Иван — продавец бубликов. Цена закупки бублика — 2 руб.

3. Студент Лена — продавец дискет. Цена закупки дискеты — 10 руб.

4. Возможные цены бублика: 4, 6, 8, 10 руб.

5. Возможные цены дискеты: 8, 11, 14, 17 руб.

6. Спрос на бублики предъявили Катя, Лена и Петр. Индивидуальный спрос каждого покупателя и необходимые расчеты представлены в табл. 3.3.

Таблица 3.3 Рынок бубликов: расчет равновесной цены

Цена	Катя	Лена	Петр	Q	TR	TC	П
4	3	1	6	10	40	20	20
6	2	1	5	8	48	16	32
8	1	0	4	5	40	10	30
10	0	0	2	2	20	4	16

* равновесная цена бублика — 6 руб.;

* равновесный объем продаж — 8 бубликов.;

* равновесная прибыль Ивана — 32 руб.

7. Спрос на дискеты предъявили Иван, Надя и Миша. Значения спроса, представленные Мишей, не подчиняются закону спроса: при ценах 8, 11, 14 и 17 руб. они равны соответственно 0, 0, 5 и 0 штук. Поэтому заявка Миши не учитывается.

Индивидуальный спрос Ивана и Нади, а также необходимые расчеты представлены в табл. 3.4:

* равновесная цена дискеты — 14 руб.;

* равновесный объем продаж — 1 дискета;

* максимальная прибыль Лены — 4 руб.

8. Прибыль у Ивана больше, чем у Лены (32 против 4). Иван — победитель игры.

Таблица 3.4 Рынок дискет: расчет равновесной цены

Цена	Иван	Надя	Q	TR	TC	П
8	3	2	5	40	50	-10
11	1	2	3	33	30	3

14	0	1	1	14	10	4
17	0	0	0	0	0	0

Деловая игра «Пути развития Торгово-развлекательного центра»

Общее описание

В крупном городе численностью 1300 тыс. человек был построен торгово-развлекательный центр «ВолгаОка». ТРЦ «ВолгаОка» находится о одном из самых оживленных и густонаселенных районов города и создает важную современную инфраструктуру бытовых и развлекательных услуг, которая в этом районе недостаточно развита. Проект реализуется крупнейшим в регионе девелопером. В пространстве современного пятиуровневого центра на арендуемой площади более 85000 кв.м. разместятся магазины известных марок одежды, обуви и аксессуаров, предприятия сферы услуг, фитнес центр с бассейном, кинотеатр, зона развлечений и продуктовый гипермаркет. Внутри торгово-развлекательного центра располагается концертная сцена с профессиональным звуковым и световым оборудованием, спецэффектами.

Территория вокруг ТРЦ благоустроена, сделана дополнительная парковка на более чем 2500 машино-мест, сохранена близлежащая природная зона.

Общая площадь ТРЦ — 220 000 кв.м.

Арендуемая площадь ТРЦ — более 85 000 кв.м.

Услуги

Автоматизированная подземная парковка (бесплатная в течение 5х часов и платная более 5ти часов)

Аренда торговых площадей

Аренда офисных помещений

Аренда рекламных площадей

Описание услуг

1. Парковка

Двухуровневая подземная парковка ТРЦ рассчитана на 900 машино мест.

Расположена на «1» уровне.

Для разовых посетителей ТРЦ парковка работает бесплатно в течение первых 5 (пяти) часов с момента въезда, более 5ти часов — 150 рублей 1 час,

Также предлагается парковка на постоянной основе.

Действуют следующие условия стоимости оказываемых услуг паркирования:

Стоимость постоянной паркинг карты 100 рублей (едино разово при заключении договора).

Абонентская плата (ежемесячная) 1500 рублей в месяц.

Абонентская плата взимается за месяц (предоплата).

2. Аренда торговых площадей

Торговые площади находятся на 1,2,3 этажах.

Общая площадь — 64000 кв.м.

Стоимость аренды зависит от площади, этажа, расположения помещения.

Площадь, которую можно арендовать: от 1 кв.м. до 500 кв.м.

Стоимость кв.м. от 700 рублей до 10000 рублей.

3. Аренда офисных помещений

Офисные помещения находятся на 4м этаже. Общая площадь — 21000 кв.м.

Стоимость аренды зависит от площади, расположения помещения.

Площадь, которую можно арендовать: от 5 кв.м. до 500 кв.м.

Стоимость кв.м. от 350 рублей до 1000 рублей.

4. Аренда рекламных площадей

Торгово-развлекательный центр предлагает размещение рекламно-информационных материалов на своих рекламных площадках: на рекламных

поверхностях внутри и на фасаде ТРЦ, в эфире внутреннего радио ТРЦ, а также место под проведение различных промо мероприятий и размещение промо конструкций:

1. Рекламная стена: всего 14 рекламных мест размером 5000мм*2500мм.

Стоимость аренды одного рекламного места составляет 23 000 рублей в месяц.

2. Рекламные места на фасаде: всего 10 рекламных мест размером 3500мм*7000мм. Стоимость аренды одного рекламного места составляет 33 000 рублей в месяц.

3. Рекламные места на входе (20 мест). Стоимость аренды одного рекламного места составляет 12 000 рублей в месяц.

Проблемы

ТРЦ был построен и сдан в апреле 2016 года.

На начало открытия ТРЦ следующие площади были заняты:

1. Торговые площади — 21000 кв.м.

2. Офисные площади — 5000 кв.м.

3. Рекламные площади — 5 (рекламная стена), 4 (на фасаде) и 10 (на входе) мест.

Договоров по парковке на постоянной основе заключено не было.

Через год — в апреле 2017 года — ситуация улучшилась, но на немного:

1. Торговые площади — 43500 кв.м.

2. Офисные площади — 7500 кв.м.

3. Рекламные площади — 7 (рекламная стена), 5 (на фасаде) и 13 (на входе) мест.

Договоров по парковке на постоянной основе заключено было 100.

Вложения в строительство ТРЦ составили:

1. стоимость проектирования — 720 рублей за кв.м.

2. стоимость строительства — 18000 рублей за кв.м.

3. стоимость маркетинговых исследований: 90 тыс. руб. ТРЦ возводился 5 лет.

Стоимость ежегодного обслуживания площадей, включая заработную плату обслуживающего персонала и оплату энергоносителей: 25 млн. руб.;

Простой срок окупаемости проекта: 72,0 месяцев.

Жизненный цикл проекта — 15 лет до капитального ремонта.

Анализ конкурентов

Рядом с ТРЦ в 300 м. Находятся два небольших торговых центра, стоимость аренды в которых ниже, но и условия работы хуже (нет парковки, современного кондиционирования воздуха). Торговые центры существуют более 10 лет и имеют своих постоянных клиентов.

Вопросы:

1. Как увеличить количество клиентов, заинтересованных в услугах ТРЦ

2. Пути увеличения прибыли, рентабельности.

3. Пути развития ТРЦ.

Деловая игра «Магазин «Мебель»

Инструкция продавцу:

Вы работаете консультантом в магазине мебели. На этой неделе пришла новая коллекция диванов, которая оказалась очень востребована среди клиентов. К вам заглянул один из тех, кому актуален этот товар.

Ваши задачи:

1. Установить контакт,

2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),

3. Презентовать подходящий товар,

4. Отработать возражения клиента,

5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы зашли в магазин мебели, т.к. срочно нужно приобрести диван. Точного понимания, какой именно вам нужен нет, но есть фактические данные, от которых не уйти и которые важно учесть при выборе.

После того, как продавец начнет разговор, озвучьте основную информацию: «Нужен диван в гостиную!»

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

— У вас в доме не хватает спальных мест, поэтому что к вам в гости постоянно приезжают чьи-то родственники,

— У вас 1,5-летний ребенок, который изрисовал/залил/испортил нынешний диван,

— Ремонт в вашей квартире сделан в скандинавском стиле. — Функциональность, простота форм и легкость в уходе — ваши приоритеты.

После того, как продавец презентует какой-либо товар, озвучьте возражение: «Ох, ничего себе цена!»

Задачи продавца:

— понять, что для вас важно в процессе выбора товара,

— презентовать товар с учетом выявленных потребностей,

— отработать ваше возражение,

— проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках.

Деловая игра «Магазин «Всё для ремонта»

Инструкция продавцу:

Вы работаете консультантом в магазине хозяйственных товаров. Сезон ремонтов никогда не кончается, поэтому клиентов каждый день много. Ассортимент широкий, весь товар сертифицирован, есть доставка, есть возможность воспользоваться услугами штатного дизайнера, если клиент готов ждать поставку товара более месяца, предусмотрена скидка 10%.

В магазин зашел очередной клиент.

Ваши задачи:

1. Установить контакт,

2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),

3. Презентовать подходящий товар,

4. Отработать возражения клиента,

5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы зашли в магазин «Всё для ремонта» для того, чтобы присмотреть плитку для ванной комнаты. Ремонт вы запланировали на весну, сейчас пришли прицениться и посмотреть цены.

После того, как продавец начнет разговор, озвучьте основную информацию: «Присматриваю плитку для ванной! Вот эта красная — очень красивая!»

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

— Ванная у вас небольшая, поэтому хотелось бы зрительно расширить пространство, насколько это возможно,

— Жена настаивает на том, что плитка должна быть в сине-голубых тонах, потому что это цвет не только водной стихии, но и чувств, за которые в доме по фэн-шую отвечает ванная комната (вы — не против),

— Очень хотите сэкономить и купить товар по акции.

После того, как продавец презентует какой-либо товар, озвучьте возражение: «А что за производитель? (...) Что-то я не слышал про такого!»

Задачи продавца:

понять, что для вас важно в процессе выбора товара,
презентовать товар с учетом выявленных потребностей,
отработать ваше возражение,
проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках.

Деловая игра «Магазин «Одежда»

Инструкция продавцу:

Вы работаете консультантом в магазине женской одежды. Товары, которые у вас представлены — среднего ценового сегмента, коллекции обновляются регулярно. Представлены разные модели, полный размерный ряд, всевозможные цветовые решения. В магазин зашел очередной клиент.

Ваши задачи:

1. Установить контакт,
2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),
3. Презентовать подходящий товар,
4. Отработать возражения клиента,
5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы зашли в магазин «Одежда», хотите чего-нибудь новенького. Чего именно хотите — не понятно, но если что-то интересное и нужное попадется, то купите. После того, как продавец начнет разговор, озвучьте основную информацию: «Что-нибудь к осени бы прикупить, но что — не знаю!»

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

— У вас уже есть новые брюки, новое платье, а вот новую юбку купить еще не успели,

— Цена не принципиальна, вы любите модные товары, поэтому ориентируетесь исключительно на современные тренды и известные бренды; к счастью, вам идет абсолютно все,

— Удобство и высокое качество тоже не первостепенны, главное, чтоб было красиво и подчеркивало вашу бесподобную фигуру.

После того, как продавец презентует какой-либо товар, озвучьте возражение: «Вообще, не понятно, конечно, что за бренд это... не знаю даже...»

Задачи продавца:

- понять, что для вас важно в процессе выбора товара,
- презентовать товар с учетом выявленных потребностей,
- отработать ваше возражение,
- проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках.

Деловая игра «Магазин «Текстиль»

Инструкция продавцу:

Вы работаете консультантом в магазине текстиля для дома. В ассортименте — большой выбор штор, полотенец, постельного и нижнего белья, кухонного текстиля. Много товаров со скидками. В магазин зашел клиент.

Ваши задачи:

1. Установить контакт,
2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),
3. Презентовать подходящий товар,

4. Отработать возражения клиента,

5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы зашли в магазин текстиля. Ищете подарок подруге на день рождения. Что купить, пока не решили. После того, как продавец начнет разговор, задайте вопрос: «Что у вас тут самого хорошего качества?»

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

— Подруга — прирожденная и неисправимая домохозяйка, всегда тратила много денег на покупку всяческих товаров для уюта и создания атмосферы в доме,

— Недавно она решила поменять мебель и первой «под удар» попала кухня — теперь это комната полна цветочных мотивов пастельных расцветок в стиле прованс,

— Товары низкой ценовой категории для вашей подруги не существуют — она привыкла к лучшим европейским брендам и при выборе текстильных изделий обращает внимание на состав ткани, а не на то, какая акция сейчас действует.

После того, как продавец презентует какой-либо товар, озвучьте возражение: «Ткань вроде как слишком мягкая... Износится, наверное, очень быстро?!»

Задачи продавца:

— понять, что для вас важно в процессе выбора товара,

— презентовать товар с учетом выявленных потребностей,

— отработать ваше возражение,

— проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках.

Деловая игра «В ресторане»

Инструкция продавцу:

Вы работаете официантом в ресторане «Плакучая ива». Главная фишка вашего ресторана — блюда длительного приготовления, например, томленное с овощами мясо или запеченная со специями рыба. За этими шедеврами кулинарного искусства к вам съезжаются гости из разных концов города. Еще славитесь высоким качеством полуфабрикатов собственного производства.

Сейчас время обеда. За один из столиков присаживается одинокий посетитель. Вы подходите к клиенту, чтобы взять в работу его заказ.

Ваши задачи:

1. Установить контакт

2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),

3. Презентовать подходящий товар,

4. Отработать возражения клиента,

5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Вы зашли в небольшой ресторан. Сегодня весь день бегаете по делам. Сейчас планируете быстро перекусить и бежать дальше. После того как официант начнет разговор, начните с фразы «Давно я у вас не был. Мне чего-нибудь вкусенького!»

Информация, которую вы можете озвучивать продавцу в процессе коммуникации:

— Вы предпочитаете мясо и овощи, рыбу не едите,

— Сегодня такой день, что главное для вас при заказе — скорость, — блюда, которые долго готовятся — не вариант,

— Любите местные полуфабрикаты, готовы взять их с собой и поужинать вечером дома,

— Не откажетесь от десерта, если ждать недолго.

После того, как официант порекомендует какое-либо предложение, озвучьте возражение: «А вы же только пару часов как открылись, еда наверное вся вчерашняя?»

Задачи продавца:

- понять, что для вас важно в процессе выбора товара
- презентовать товар с учетом выявленных потребностей
- отработать ваше возражение
- проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине и его сотрудниках

Деловая игра «В дизайн-студии»

Инструкция продавцу:

Вы работаете менеджером в дизайн-студии, которая специализируется на интерьерном дизайне. Ваша работа состоит в том, чтобы предлагать/продавать услугу дизайн-проекта квартир/домов для физических лиц. В качестве результата клиент получает 3 варианта проекта в соответствии с согласованным техзаданием. В вашей студии работают как именитые, так и начинающие дизайнеры. Сегодня к вам в офис пришел клиент.

Ваши задачи:

1. Установить контакт,
2. Выявить потребности, и по возможности, ценности клиента (определить, какие задачи стоят перед клиентом и что для него важно при покупке/сотрудничестве),
3. Презентовать подходящий товар,
4. Отработать возражения клиента,
5. Завершить контакт.

Инструкция клиенту:

Недавно вы купили квартиру в новостройке и планируете начать там ремонт. Сегодня вы пришли в дизайн-студию, чтобы сориентироваться в услугах и их стоимости. Со стилем еще не определились, рассматриваете варианты. После того, как менеджер начнет разговор, начните с фразы «Хочу офигенный ремонт в своей новой квартире!»

Информация, которую вы можете озвучивать менеджеру в процессе коммуникации:

- Вы согласны на любые скидки, ремонт — дело затратное и вы считаете, что на дизайн-проекте точно можно сэкономить,
- Хотя вы и планируете начать ремонт как можно скорее, но, по правде говоря, ориентируетесь на денежные средства, которые получите только через полгода после продажи квартиры, полученной в наследство,
- В дизайнерах вы не разбираетесь, именитые проектировщики — не приоритет для вас.

После того, как сотрудник порекомендует какое-либо предложение, озвучьте возражение: «А скидка?» или «А еще дешевле?»

Задачи продавца:

- понять, что для вас важно в процессе выбора услуги,
- презентовать услугу с учетом выявленных потребностей,
- отработать ваше возражение,
- проявить сервисный подход: в процессе общения сформировать положительное впечатление о магазине/компании и сотрудниках.

Блок Д. Типовые задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1. Перечень экзаменационных вопросов

Перечень экзаменационных вопросов

1. Предмет, цели и задачи учебной дисциплины, меж предметные связи, сфера применения. Основные понятия: коммерция, коммерческая деятельность, предпринимательство. Развитие коммерции и предпринимательства в России.

2. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы. Нормативно-правовая база

3. Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги, технологии, недвижимость, ценные бумаги

4. Виды коммерческой деятельности, их характерные признаки. Специфика функционирования предприятий малого и среднего бизнеса

5. Коммерческие службы, организация, характеристика работников коммерческих служб

6. Субъекты коммерческой деятельности: организации-изготовители, продавцы, посредники, их назначение и место в организации. Доведение объектов деятельности до конечного потребителя.

7. Классификация субъектов по следующим признакам: целям деятельности, формам собственности, численности работающих

8. Государственное регулирование коммерческой деятельности. Понятие, назначение, механизм

9. Направления государственного регулирования: защита прав потребителей, а также юридических лиц и ИП, обеспечение безопасности и взаимовыгодной коммерческих сделок, соблюдение выполнения договорных обязательств

10. Лицензирование отдельных видов коммерческой деятельности, устранение административных барьеров предпринимательской деятельности

11. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности

12. Технологический цикл системы товародвижения: этапы, составляющие элементы. Виды коммерческой деятельности в зависимости от места в технологическом цикле товародвижения: сбытовая, торговая (оптовая и розничная) и в зависимости от объектов и сферы применения: товарная, сервисная (в сфере услуг), финансовая и т.п. 13. Инфраструктура коммерческой деятельности: понятие, назначения, состав участников, их роль в организации коммерческой деятельности. Особенности коммерческой деятельности при участии на выставках, ярмарках, аукционах, а также при биржевой торговле

14. Технологический процесс коммерческой деятельности: этапы, их краткая характеристика

15. Средства коммерческой деятельности: хозяйственные связи, договоры, транспортное обеспечение, нормативные и технические документы (информационное обеспечение процесса) и др., общее представление

16. Особенности процессов коммерческой деятельности организаций, сдача приемка товаров по количеству и качеству.

17. Хозяйственные связи. Их роль в обеспечении коммерческой деятельности, сущность, порядок регулирования.

18. Коммерческие договоры. Назначение, виды, содержание, порядок заключения и контроль за выполнением.

19. Работа с поставщиками и получателями товаров, а также организациями исполнителями услуг (транспортных, коммунальных, связи и др.)

20. Транспортное обеспечение: понятие, назначение, виды транспортных средств, критерии их выбора, особенности организации перевозок разными видами транспорта. Уставы и кодексы разных видов транспорта. Правила перевозки скоропортящихся грузов.

21. Договора перевозки: общие положения, разновидности договоров. Подача транспортных средств, погрузка и выгрузка грузов, сроки их доставки, ответственность за нарушение обязательств. Транспортные тарифы и правила их применения.

22. Централизованные и децентрализованные перевозки грузов. Централизация транспортно-экспедиционных операций.

23. Приемка товаров от транспортных организаций. Коммерческие акты: назначение. Основания для составления, оформление

24. Информационное обеспечение коммерческой деятельности: основные понятия (идентификация, прослеживаемость, учет), назначение, сущность, правовая база
25. Информационные процессы: сбор, обработка, накопление, передача информации другим участником коммерческой деятельности
26. Информационные ресурсы: товарно-сопроводительные документы, товарная маркировка и ее значение для предприятий-изготовителей, продавцов, потребителей; реклама и др. основы правового режима информационных ресурсов
27. Товарные знаки и знаки обслуживания: понятие, назначение, виды, правовая охрана, регистрация и основания для отказа в регистрации, экспертиза, использование, передача. Прекращение правовой охраны
28. Международные и российский организации, регистрирующие товарные знаки. Ответственность и незаконное использование товарных знаков и знаков обслуживания
29. Защита информации и прав субъектов коммерческой деятельности в области информационных процессов: объекты и режимы защиты, права и обязанности субъектов
30. Государственная и коммерческая тайна: понятие, объекты, отличия, защита. Патентная защита.
31. Формы коммерческой деятельности с сотрудничеством (совместная), без сотрудничества (самостоятельная), индивидуальная и др., их использование различными организациями (по отраслям). Отличия коммерческой деятельности от некоммерческой.
32. Методы коммерческой деятельности: организационные, экономический (материального стимулирования, система скидок и т.п.), инновационные. Инновационные формы и методы сотрудничества в сфере производства: франчайзинг, лизинг и др.
33. Франчайзинг: понятие, объекты, субъекты (франчайзер, франчайзи), франшиза, их классификация. Характерные признаки, организация, преимущества и недостатки, направления развития.
34. Лизинг: понятие, виды (оперативный, финансовый; прямой, косвенный; чистый и полный; сродный, возобновляемый, с дополнительным привлечением средств и др.) преимущества и недостатки лизинга. Лизинговый контракт: назначение, основные элементы. Правовая база.
35. Формы сотрудничества в финансовой сфере: факторинг, коммерческий трансферт, их понятие, назначение, характеристика. Формы и методы сотрудничества в области товарообмена: бартер, встречные поставки и др. особенности деятельности агентов: коммерческих (товарных) по снабжению и закупкам, коммивояжеров, а также индивидуальных предпринимателей.
36. Материальные потоки: понятие, виды (сырьевые, средства производства, товарные и др.). товарные потоки как разновидности материальных потоков
37. Товарные запасы: понятие, назначение, виды, необходимость создания, поддержания и пополнения. Нормирование запасов, определение их оптимального размера. Критерии установления оптимального размера товарных партий. Учет и контроль за составлением товарных запасов в коммерческих организациях.
38. Предпринимательские риски: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Вероятностный характер рисков. Принятие решений в условиях неопределенности. Определение причин возникновения, предупреждение и смягчение последствий рисков в коммерческой деятельности
39. Система управления рисками: назначение. Фонд риска: понятие, назначение, источники формирования
40. Банкротство: понятие, причины, механизм, правовая база. Негативные явления, связанные с банкротством.
41. Выгоды как результат успешной коммерческой деятельности. Критерии оценки выгоды. Эффективность коммерческой деятельности: основные понятия (экономический эффект и эффективность), показатели оценки эффективности

42. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины «Организация торговли». Структура дисциплины, ее профессиональная значимость, меж предметные связи. Торговля: понятие, виды, роль, задачи и функции в условиях рыночной экономики, технологические операции

43. Понятие розничной и оптовой торговли, их функции и особенности. Основные понятия: технология торговли, технологические процессы

44. Торговые предприятия (организации): понятие, задачи, функции, организационно-правовые формы предприятий торговли, их особенности. Индивидуальные частные предприятия: понятие, их статус, особенности торговой деятельности

45. Оптовая торговля: назначение, цели, виды. Место оптовой торговли в технологическом цикле товародвижения. Специфика работы коммерческих объектов оптовых организаций

46. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые ими потребности

47. Розничная торговая сеть: назначение, виды, типы, их характеристика 7. Классификация предприятий розничной торговли: виды, типы, их идентифицирующие признаки.

48. Специализация и типизация магазинов. Характеристика магазинов различных типов России и за рубежом

49. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, виды, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах. Качественные показатели состояния торговой сети

50. Виды торговых зданий, основные требования. Предъявляемые к ним (архитектурные, технологические, экономические, санитарно-гигиенические, эстетические)

51. Помещения магазина: состав, их взаимосвязь, устройство, соответствие требованиям организации торгово-технологического процесса. Требования к технологическому оснащению торговых помещений: обязательные и рекомендательные

52. Планировка торгового зала: виды, принципы рационального размещения оборудования. Показатели использования площади магазина.

53. Современный дизайн магазина: понятие, назначение, требования, факторы, влияющие на оформление магазина (площадь и конфигурация торгового зала, цвет, освещенность, планировка, размещение торгового оборудования) Требования к эстетическим показателям торговых зданий и залогов

54. Общетеchnическая оснащенность торгового предприятия. Строительные и санитарные нормы и правила.

55. Технология товародвижения в магазине: понятие, назначение. Торгово-технологический процесс в предприятиях розничной торговли: понятие, назначение. Структура, содержание, их специфика в магазинах разных типов

56. Правила приемки товаров и тары: нормативные документы, ее регламентирующие. Организация и порядок приемки товаров и тары по количеству и качеству

57. Технология хранения товаров в магазине. Особенности кратковременного хранения отдельных групп товаров в магазине

58. Подготовка товаров к продаже, особенности подготовки к продаже отдельных групп товаров

59. Выкладка товаров: назначение, принципы и правила, виды, способы и средства. Мерчендайзинг в магазине: понятие, назначение, приемы, размещение оборудования. Выкладка как один из приемов мерчендайзинга

60. Услуги розничной торговли: определение, основные и дополнительные услуги, их назначение, специфика дополнительных услуг для предприятий розничной торговли (ГОСТ Р 51304-99). Качество услуг розничной торговли: понятие, общие требования к качеству (социальное назначение, функциональная пригодность, безопасность, охрана окружающей среды и др.)

61. Методы контроля и определения показателей качества услуг розничной торговли. Само аттестация качества услуг в предприятиях розничной торговли. Нормативно-правовая

база. Комплект стандартов, регламентирующих качество услуг розничной торговли (ГОСТ Р 51304-99, ОСТ 28-002-2000)

62. Торговое обслуживание покупателей: основные понятия, назначение, формы, правовая база. Качество трудового обслуживания: понятие, показатели. Требования к обслуживающему персоналу в процессе продажи товаров: продавцов, продавцов-консультантов, контролеров кассиров, торговых и коммерческих агентов

63. Технология продажи товаров или разных формах обслуживания. Магазинные и внемагазинные формы обслуживания: понятия, назначения, их краткая характеристика

64. Технология расчетов с покупателями, ее специфика при каждой форме продажи.

Д2. Примерные задачи в экзаменационных билетах

Задание 1.

1. Проклассифицируйте предприятие розничной торговли (магазин вашего города) в соответствии с ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. в зависимости от нижеследующих признаков: - по формам собственности; - по видам торговли; - по специализации торговой деятельности; - по способу организации торговой деятельности; - по виду торгового объекта; - по формам торгового обслуживания покупателей; - по условиям реализации товаров; - по типам предприятий торговли.

2. Определите тип выбранного предприятия розничной торговли в соответствии с ГОСТ Р 51773-2009 «Розничная торговля. Классификация предприятий» в зависимости от размеров площадей торговых объектов, ассортимента предлагаемых к продаже товаров и форм торгового обслуживания покупателей. 3. Определите факторы размещения магазина (по выбору студента с согласования с преподавателем): градостроительные; транспортные; социальные; экономические. Определите влияние этих факторов на размещение магазина.

3. Определите эффективность размещения магазина с учетом выявленных факторов, в том числе с учетом характера зон обслуживания, наличия и связью с транспортными магистралями, направления покупательских потоков. Ответ аргументируйте.

4. На примере действующего предприятия охарактеризуйте: «Основные направления развития сети предприятий розничной торговли современных форматов в России и за рубежом». А. Форматы розничных торговых предприятий, их сущность, классификация и роль в развитии услуг розничной торговли.

Б. Эволюция форматов розничных торговых предприятий и рост качества торговых услуг.

В. Факторы, определяющие темпы и вектор развития розничных торговых сетей;

Г. Особенности современных форматов розничных торговых предприятий: мини-маркеты (или бентамы); универсамы, супермаркеты, дискаунтеры; гипермаркеты; магазины формата «магазин у дома».

Д. Основные направления развития форматов розничных торговых предприятий: расширение фирменной торговли; франчайзинг.

Е. Факторы основных изменений в розничной торговле в современных условиях.

5. Определите состав функциональных групп магазина. Составьте соответствующую схему.

6. Определите взаимосвязь этих функциональных групп.

7. Укажите основные требования, предъявляемые к устройству планирования современного торгового предприятия

8. Сопоставьте основные характеристики данного магазина с рекомендуемыми параметрами.

9. Сформулируйте основные выводы, касающиеся путей и направлений для совершенствования устройства, планирования магазина.

Задание 2.

Ознакомиться с основными положениями Закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ». ФЗ - № 381 от 8 декабря 2009г. Для выполнения заданий использовать поисковые программы «Референт», «Консультант –

Плюс».

Дать ответы на следующие вопросы со ссылкой на нормативный Акт:

1. Положения настоящего Федерального закона не применяются к отношениям, связанным с организацией и осуществлением, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими: (перечислить виды деятельности)

2. Дать определения: торговая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, торговый объект, стационарный торговый объект, нестационарный торговый объект, площадь торгового объекта, торговая сеть, продовольственные товары.

3. Перечислить полномочия Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти в области государственного регулирования торговой деятельности.

4. В каких случаях, на какой срок, на какие товары Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории субъекта Российской Федерации или территориях субъектов Российской Федерации.

5. Может ли соглашением сторон договора поставки продовольственных товаров предусматриваться включение в его цену вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров. Каким образом учитывается размер указанного вознаграждения?

6. Каков размер вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров?

7. Указать сроки оплаты товаров в случае, если между хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, и хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, заключается договор поставки продовольственных товаров с условием оплаты таких товаров через определенное время после их передачи хозяйствующему субъекту.

8. Какие сведения о хозяйствующих субъектах включает в себя Торговый реестр?

9. Можно ли устанавливать плату за внесение в торговые реестры сведений о хозяйствующих субъектах?

10. Распространяется ли действие настоящего Федерального закона на сделки, связанные с приобретением, арендой или введением в эксплуатацию торговых объектов?

Задание 3. Общая площадь магазина «Восторг» составляет 322 м², из них 124 м² – торговая площадь. Найдите коэффициент соотношения торговой площади к общей площади магазина

Задание 4. В универсаме установочная площадь различных видов торгового оборудования (стационарного, немеханического, контейнеров, холодильников и др.) – 41,8 м². Торговая площадь 122 м². Найдите установочный коэффициент.

Задание 5. Общая торговая площадь вашего магазина 1000 м², а оборудование занимает в нем в общей сложности 600 м²., Определите Коэффициент установочной площади.

Задание 6. Торговая площадь магазина 300 м²., общая площадь магазина 600 м². Найдите коэффициент эффективности использования помещений магазина.

Задание 7. Торговая площадь магазина 220 м² . , установочная площадь 1066 м² . Определите коэффициент установочной площади.

Задание 8. Определите установочную площадь и размер демонстрационной площади магазина «Ткани» в зависимости от технологического оборудования, если общая торговая площадь составляет 200 м². Определите К установочной площади.

Задание 9:

Дать ответы на вопросы на основе пройденного материала:

1. От чего зависит перечень дополнительных услуг?
2. От чего зависит перечень услуг, оказываемых предприятием розничной торговли?
3. Назовите услуги которые являются частью самого процесса продажи:
4. Дополните перечень услуг, которые связаны с оказанием помощи покупателям после приобретения товаров: - раскрой тканей
5. Дополните перечень услуг, связанных с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина: Оборудование автостоянок Устройство в магазине детских комнат
6. Как вы думаете услуги, оказываемые покупателям в магазине, могут быть платными?
- 7 К услугам по оказанию помощи в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении относят:
8. Из каких основных операций состоят услуги розничной торговли по реализации товаров?
9. В чем проявляются особенности организации услуг по реализации товаров в магазинах различных типов Универсам, Универмаг, "Товары для детей", "Строим дом", "Техника", "Продукты", "Товары для женщин" и т. д.?
10. Как делятся дополнительные услуги, оказываемые покупателям в соответствии с ГОСТом?
11. От чего зависит культура обслуживания покупателей в магазине?
12. Назовите документы, регламентирующие организацию и" технологию розничной торговли.

Задание 10

Используя основные положения ФЗ «О защите прав потребителей», решить торговые ситуации:

1. Холодильник сломался в течение гарантийного срока. Что можно сделать... Я купил холодильник "Север", в течение гарантийного срока он сломался. Что я могу сделать, какие права я имею? Могу ли я обменять холодильник в магазине на холодильник "Стинол"?
2. Магнитофон сломался в течение гарантийного срока. Продавец согласен заменить его в течение месяца... Магнитофон сломался в течение гарантийного срока, продавец согласился заменить его в течение месяца. Прав ли продавец? Какие права в данном случае имеет покупатель?
3. Магазин провел экспертизу обуви и обменять отказался Я купила туфли, которые красят ноги. Написала заявление в магазин с требованием об обмене, но мне отказали, сообщив, что по проведенной ими экспертизе туфли нормальные. Что мне теперь делать?
4. Фотоаппарат сразу перестал работать. Вправе ли я обменять его, а не делать гарантийный ремонт. Я купил фотоаппарат. В первые же дни он перестал работать. Имею ли я право обменять его в магазине, а не делать гарантийный ремонт?
5. Я купил мобильный телефон, через несколько дней он стал плохо работать Я купил мобильный телефон, через несколько дней он стал плохо работать. Я обратился в магазин с требованием о его замене, но мне заявили, что я, видимо, неправильно с ним обращался и послали в гарантийную мастерскую для получения заключения по причинам порчи. Правомерно ли это?
6. Магазин упорно предлагает провести ремонт и не возвращает деньги за магнитофон. Я купил магнитофон, который сразу сломался. Я хочу вернуть его в магазин и получить назад свои деньги, но магазин упорно предлагает провести ремонт - 3 недели назад я подал им претензию с требованием о расторжении договора купли-продажи, но письменного ответа не получил. Решил обращаться в суд. Какую сумму я вправе требовать?
7. Гарантийной мастерской в нашем городе нет. Купил отечественную электробритву, во время гарантийного срока она сломалась, а гарантийной мастерской в нашем городе нет. Магазин отказался заменить ее или вернуть за нее деньги, а сказали обращаться к изготовителю. Что мне делать?
8. Сколько раз продавец вправе ремонтировать телефон хочу, чтобы его заменили Я купил неудачный телефон, уже третий раз в ремонте. Сколько раз продавец вправе ремонтировать его? Я бы предпочел, чтобы мне его заменили. Имею ли я право требовать

новый телефон вместо этого? Гарантийный срок еще не кончился.

9. Купил стартер без гарантии. Через месяц отказал, можно ли заменить... Купил стартер, причем в магазине предупредили, что завод не установил на него гарантию, а они принимают претензии в течение 2 недель. Через месяц стартер отказал. Могу ли я потребовать у продавца замены или ремонта?

10. Сданные в ремонт туфли потеряны... Гражданка Х сдала в ремонт туфли, их потеряли, мастерская отказывается возместить стоимость утраченной обуви. Какие права имеет Х?

Задание 11.

Текст задания: Выполните задание по разработке, оформлению договоров купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ и подготовьте их к защите.

1. Разработайте, оформите договора купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ, согласно условий производственных заданий.

2. Обоснуйте основные условия договор.

3. Назовите причины составления актов приемки товаров и условия их составления.

4. Предложите рекомендации по совершенствованию договорных отношений.

Задание 12.

Текст задания: Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величины текущего и прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.

2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар,

3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

Задание 13.

Текст задания: Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.

2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.

3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.

4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.

5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

Задание 14.

Текст задания: Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.

2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.

3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.

4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.

5. Выбор вида автотранспортных средств для перевозки груза

6. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

Задание 15.

Текст задания: Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величины текущего и

прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.
2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар.
3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

Задание 16.

Текст задания: Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

Задание 17.

Текст задания: Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по закупке товара от поставщика в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте таблицы по условиям хранения, размещения товара на складе.
4. Предложите рекомендации по совершенствованию складских операций в торговой организации.

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

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся очной формы обучения.

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 зачете (максимум – 20 баллов).

Для студентов заочной формы обучения применяются бинарная шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Уровни освоения компетенций	4 – балльная шкала	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
100-балльная шкала	85 и ≥	70-84	51-69	0-50
бинарная шкала	Зачтено			Не зачтено

Шкала оценок при текущем контроле успеваемости по различным показателям

Показатели оценивания сформированности компетенций	Баллы	Оценка
Выполнение практических заданий	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Решение ситуационных задач	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Тестирование	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Проведение деловой игры	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Выполнение и публичная защита реферата	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по
текущему контролю успеваемости**

Баллы	Оценка	Уровень освоения компетенций	Критерии оценивания
0-50	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины
51-69	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Не менее 50% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены без существенных ошибок
70-84	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающимся выполнено не менее 75% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, или при выполнении всех заданий допущены незначительные ошибки; обучающийся показал владение навыками систематизации материала и применения его при решении практических заданий; задания выполнены без ошибок
85-100	«отлично»	Продвинутый уровень	100% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены самостоятельно и в требуемом объеме; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и применять его при решении практических заданий; задания выполнены с подробными пояснениями и аргументированными выводами

Шкала оценок по промежуточной аттестации

Наименование формы промежуточной аттестации	Баллы	Оценка
Экзамен	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Зачет	0-20	«зачтено» «не зачтено»

Оценивание выполнения тестовых заданий

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения;	Выполнено 85 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос

<i>Хорошо</i>	3. <i>Правильность ответов на вопросы;</i> 4. <i>Самостоятельность тестирования.</i>	<i>Выполнено 70 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Выполнено 50 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Выполнено 20 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).</i>

Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по промежуточной аттестации обучающихся

Баллы	Оценка	Уровень освоения компетенции	Критерии оценивания
0-8	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; обучающийся не смог ответить на вопросы
9-12	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Обучающийся дал неполные ответы на вопросы, с недостаточной аргументацией, практические задания выполнены не полностью, компетенции, осваиваемые в процессе изучения дисциплины сформированы не в полном объеме.
13-15	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающийся в целом приобрел знания и умения в рамках осваиваемых в процессе обучения по дисциплине компетенций; обучающийся ответил на все вопросы, точно дал определения и понятия, но затрудняется подтвердить теоретические положения практическими примерами; обучающийся показал хорошие знания по предмету, владение навыками систематизации материала и полностью выполнил практические задания
15-20	«отлично»	Продвинутый уровень	Обучающийся приобрел знания, умения и навыки в полном объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; терминологический аппарат использован правильно; ответы полные, обстоятельные, аргументированные, подтверждены конкретными примерами; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и выполняет практические задания с подробными пояснениями и аргументированными выводами

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ 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

Методика оценивания выполнения тестов

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
8-10	«отлично»	1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования; и т.д.	Выполнено 85 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос.
6-7	«хорошо»		Выполнено 70 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
3-5	«удовлетворительно»		Выполнено 51 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
0-2	«неудовлетворительно»		Выполнено менее 50 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).

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.

Ситуационные задачи. 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.

Задачи. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных методов и законов изучаемой теории при решении конкретных практических задач, умения применять на практике

полученных знаний. Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Шкала оценивания:

«отлично» - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на изученный материал;

«хорошо» - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения;

«удовлетворительно» - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками при неполном использовании понятийного аппарата дисциплины;

«неудовлетворительно» - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

На решение типовых задач отводиться 10 минут.

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.