

**ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ**  
**Кафедра управления и отраслевой экономики**

Рег. № Мум. 03-490/22  
«05» 10 2022г.

**УТВЕРЖДЕН**

на заседании кафедры

Протокол от «12» 09 2022г. № 2  
Заведующий кафедрой управления и  
отраслевой экономики

  
\_\_\_\_\_ Е.В. Рудой  
(подпись)

**ФОНД**  
**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Б1.В.21 Коммерческая деятельность

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг

Направленность (профиль)

## Паспорт фонда оценочных средств

Номер темы в рабочей программе дисциплины	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочных средств
1	Понятие и содержание коммерческой деятельности организации	ПК-4	Контрольные вопросы
2	Виды коммерческой деятельности и их особенности	ПК-4	Контрольные вопросы
3	Коммерческая информация и ее защита	ПК-4	Тест
4	Внутрифирменное планирование коммерческой деятельности	ПК-4	Контрольные вопросы
5	Особенности управления коммерческой деятельностью в цифровой экономике	ПК-4	Контрольные вопросы
6	Сущность, формы и содержание коммерческой деятельности в оптовой торговле	ПК-4	Тест
7	Формирование ассортимента в компаниях оптовой торговли	ПК-4	Тест
8	Сущность, формы и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле	ПК-4	Контрольные вопросы
9	Аукционы, ярмарки и выставочно-продажи	ПК-4	Контрольные вопросы
10	Коммерческая деятельность промышленных предприятий	ПК-4	Тест
11	Особенности коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий	ПК-4	Доклады, задачи
	Контрольная работа, зачет	ПК-4	Темы контрольной работы, вопросы к зачету

## МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ С-ФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
	<b>Оценка по пятибалльной системе</b>
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
	<b>Оценка по системе «зачет – незачет»</b>
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

### Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПИД 08-01-2022, введено приказом от 28.09.2011 №371-О (<http://nsau.edu.ru/file/403>; режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПИД 77-01-2022, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>; режим доступа свободный).

## ВВЕДЕНИЕ

Разработанный фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Коммерческая деятельность» представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (КИМ), предназначенных для измерения уровня достижения студентом необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

В ФОС входят оценочные средства текущего контроля успеваемости и оценочные средства промежуточной аттестации студентов, соответствующие требованиям рабочей программы реализуемой учебной дисциплины на каждом этапе обучения.

## 1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

### Тема 1. Понятие и содержание коммерческой деятельности организации

#### Контрольные вопросы

1. В чем суть и содержание коммерческой деятельности?
2. Предмет и метод коммерческой деятельности?
3. Назвать и пояснить содержание принципов коммерческой деятельности.
4. Назовите объект и субъектов коммерческой деятельности.
5. Назовите организационно-правовые формы субъектов коммерции, охарактеризуйте их.
6. История развития коммерческой деятельности в России

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

### Тема 2. Виды коммерческой деятельности и их особенности

#### Контрольные вопросы

1. Расскажите о содержании и особенностях процессов закупки и продажи продукции промышленного назначения
2. Особенности закупки и реализации потребительских товаров.

3. Как осуществляется реализация продукции в сельскохозяйственных предприятиях?
4. Роль коммерческой составляющей при продвижении и продаже технологий.

5. Особенности продаж в сфере услуг.
6. Основные виды и формы аренды.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

### Тема 3. Коммерческая информация и ее защита

#### Тест

1. Должна ли предусматривать разрешительная система доступ к конфиденциальной информации должностных лиц из внешних организаций, выполняющих совместную работу с организацией, где введен режим конфиденциальности?
  - а) нет, не должна
  - б) да, должна
  - в) зависит от индивидуального решения руководителя, даже если это ставит под угрозу срыва выполнение совместных работ.
2. Имеют ли право на доступ к различным видам конфиденциальной информации сотрудники уполномоченных органов государственной власти (налоговая служба, служба судебных приставов, органы МВД и др.)?
  - а) нет, не имеют
  - б) имеют, в пределах своей компетенции
  - в) имеют, в пределах своей компетенции, при этом обязаны обеспечить защиту полученной информации от разглашения и неправомерного использования
3. Сведения, связанные с коммерческой деятельностью
  - а) государственная тайна
  - б) служебная тайна
  - в) коммерческая тайна.
4. Лицо, которое владеет информацией, составляющей КТ, на законном основании, ограничило доступ к этой информации и установило в отношении ее режим КТ.
  - а) владлец
  - б) обладатель

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 80-100 % вопросов, может обосновать выбранный ответ.
- оценка «хорошо», выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 70-79 % вопросов, может обосновать выбранный ответ.
- оценка «удовлетворительно», выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 60-69 % вопросов, но затрудняется с обоснованием верного ответа.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не освоил материал темы, дает менее 60 % правильных ответов, затрудняется с обоснованием верных ответов.

#### Тема 4. Внутрифирменное планирование коммерческой деятельности

##### Контрольные вопросы

1. Значение и содержание планирования как одной из функций управления.
2. Перечислить и принципы внутрифирменного планирования.
3. Особенности планирования коммерческой деятельности.
4. С помощью каких критериев и показателей можно оценить эффективность коммерческой деятельности компании?
5. Подходы к организации планирования коммерческой деятельности в сельскохозяйственных предприятиях.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

#### Тема 5. Особенности управления коммерческой деятельностью в цифровой экономике

##### Контрольные вопросы

- 1) Что такое цифровой бизнес?
- 2) Характеристики цифровой коммерции.
- 3) Предпосылки цифровой коммерции
- 4) Преимущества цифровой коммерции
- 5) Основные понятия и классификация платежных систем
- 6) Роль поисковых систем в цифровой коммерции и продвижении сайтов
- 7) Инструменты интернет-маркетинга.
- 8) В каких формах может быть представлено предприятие в Интернете?

5. Имеют ли право органы государственной власти, затребовать информацию составляющую коммерческую тайну через суд?

- а) нет;
- б) да.

6. Отвечают ли Органы государственной власти и местного самоуправления, получившие доступ к КТ за ее сохранность?

- а) да;
- б) нет.

7. Федеральным законом "О коммерческой тайне" установлены следующие меры по охране конфиденциальности информации на предприятии:

- а) ограничение доступа к конфиденциальной информации, путем установления порядка обращения с этой информацией и контроля за соблюдением такого порядка;
- б) регулирование отношений по использованию конфиденциальной информации на основании трудовых договоров и гражданско-правовых договоров;
- в) нанесение на материальные носители (документы), содержащие конфиденциальную информацию, грифа "Коммерческая тайна"
- г) определение перечня информации, составляющей коммерческую тайну;
- д) учет лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну.

8. При каких условиях работника можно привлечь к ответственности за разглашение КТ?

- а) его ознакомили под расписку с перечнем информации, составляющей коммерческую тайну;
- б) его ознакомили с мерами ответственности за ее разглашение;
- в) ему создали условия, чтобы он мог соблюдать режим работы с коммерческой тайной.

9. К коммерческой тайне не могут быть отнесены?

- а) сведения о загрязнении окружающей среды;
- б) сведения о противопожарной безопасности;
- в) верны оба варианта.

10. Если работодатель планирует привлечь работника к уголовной ответственности за разглашение коммерческой тайны, он должен:

- а) объявить выговор;
- б) выписать штраф;
- в) обратиться с заявлением в правоохранительные органы.

9) В каких случаях предприятия имеет несколько форм представления в Интернет-пространстве?

- 10) Что относится к электронной торговле?
- 11) Кто относится к участникам электронной коммерции?
- 12) Какой принцип используется в рамках торговли интернет-магазинов?

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 80-100 % вопросов, может обосновать выбранный ответ.
- оценка «хорошо», выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 70-79 % вопросов, может обосновать выбранный ответ.
- оценка «удовлетворительно», выставляется обучающемуся, если он отвечает верно на 60-69 % вопросов, но затрудняется с обоснованием верного ответа.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не освоил материал темы, дает менее 60 % правильных ответов, затрудняется с обоснованием верных ответов.

**Тема 6. Сущность, формы и содержание коммерческой деятельности в оптовой торговле**

**Тест**

1. Какие операции относятся к коммерческим:
  - а) организация оптовых закупок и оптовой продажи товаров, отпуск товаров со складов оптовых предприятий;
  - б) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, формирование товарного ассортимента, рекламно-информационная деятельность, изучение спроса и конъюнктуры рынка;
  - в) организация оптовой продажи и сбыта товаров, хранение товаров;
  - г) рекламно-информационная деятельность, доставка товаров в розничную сеть?
2. К источникам коммерческой информации относятся:
  - а) маркетинговые исследования по конкретным группам товаров, внутренние материалы и документы предприятия, внешние информационные источники (статистические данные, средства массовой информации, социологические обследования);
  - б) технологические карты и графики технологического процесса предприятий;
  - в) внутренние материалы и документы предприятия, сведения о кадровом составе сотрудников предприятия;
  - г) данные статистических органов о состоянии рынка, данные социологических исследований.

9. Экономическая эффективность — это:

- а) соотношение между затратами и результатами деятельности;
- б) результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как оборот, валовый доход;

в) простота показателей деятельности предприятия: оборота и его структуры, товарных запасов, валового дохода, прибыли;

г) соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами.

10. Какие товары относятся к товарам повседневному спроса:

- а) товары-новинки, впервые появившиеся на рынке;
- б) товары с уникальными свойствами и повышенной ценой;
- в) товары, приобретаемые покупателями часто, без раздумий и поисков;
- г) товары, приобретаемые покупателями после сравнения их характеристик, цены и потребительских свойств?

11. 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;
- д) сбыт.

12. Преимущество прямых связей в оптовой торговле - это

- а) формирование конкурентных цен закупки и продажи товаров;
- б) стимулирование сбыта;
- в) увеличение объемов поставки товаров;
- г) сокращение частоты поставок товаров;
- д) сложности в размещении и хранении товаров

**Критерии оценки:**

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он при подготовке доклада использовал монографическую и специальную литературу, продемонстрировал творческий подход к написанию и выступлению, уверенно отвечает на вопросы аудитории;

– оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он при подготовке доклада использовал монографическую и специальную литературу, продемонстрировал творческий подход к написанию и выступлению, но затрудняется ответить на дополнительные вопросы;

– оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

**Тема 7. Формирование ассортимента в компаниях оптовой торговли**

**Тест**

1. Что такое «полнога» ассортимента товаров:

- а) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень;

б) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;  
в) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем;  
г) количество товарных единиц в товарной группе?

2. Как классифицируется ассортимент товаров по сложности:

- а) товары сложного и товары группового ассортимента;
- б) товары сложного и товары внутригруппового ассортимента;
- в) товары простого и товары сложного ассортимента;
- г) товары простого и товары укрупненного ассортимента?

3. Что такое «глубина» ассортимента:

- а) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- б) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень;
- в) количество товарных единиц в товарной группе;
- г) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню?

4. Какие национальные факторы оказывают влияние на торговый ассортимент:

- а) численность обслуживаемого населения, половозрастной состав населения, денежные доходы населения;
- б) национальные обычаи, традиции, национальная принадлежность;
- в) социальный слой общества, социальная и профессиональная структура в обществе, продолжительность времен года;
- г) уровень цен на товары, объем и состав покупательского спроса и товарного предложения.

5. Какие методы регулирования торгового ассортимента используются на торговых предприятиях:

- а) разработка, рост, зрелость, спад;
- б) сжатие, уменьшение, развитие;
- в) расширение, замена, распродажа;
- г) расширение, углубление, ограничение, упорядочение?

6. Ассортимент товаров представляет собой:

- а) набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков, предназначенный для продажи населению;

б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;

- в) совокупность товаров, предназначенных для реализации;
- г) совокупность товаров, находящихся на рынке.

7. Что такое «устойчивость» ассортимента товаров:

- а) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- б) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- в) количество товарных единиц в товарной группе;
- г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень?

8. Какие экономические факторы оказывают влияние на торговый ассортимент:

- а) изменение численности населения, объем и структура товарного предложения;
- б) национальные обычаи, численность населения, денежные доходы населения, мода;
- в) денежные доходы населения, уровень цен на товары, объем и структура спроса, объем и структура товарного предложения;
- г) социальный состав населения, уровень культуры, мода, денежные доходы населения?

9. Какие социальные факторы оказывают влияние на ассортимент товаров:

- а) национальные обычаи, традиции, численность населения;
- б) национальная принадлежность, денежные доходы;
- в) изменение численности населения, миграционные процессы, объем и структура товарного предложения;
- г) социальный слой общества, социальная и профессиональная структура в обществе, уровень культуры, мода?

10. Какие товары должны включаться в ассортимент товаров торгового предприятия в первую очередь:

- а) товары, находящиеся на этапе внедрения;
- б) товары, находящиеся на этапе роста и зрелости жизненного цикла;
- в) товары, находящиеся на этапе спада жизненного цикла;
- г) товары, находящиеся в стадии разработки?

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

### Тема 8. Сущность, формы и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле

#### Контрольные вопросы

- 1) Понятие розничной торговли.
- 2) Классификация предприятий розничной торговли и их характеристика.
- 3) Исходя из каких принципов и подходов выбирают место размещения розничной точки продаж.
- 4) Методы и технологии розничных продаж: краткая характеристика и целесообразность использования.
- 5) Прямой маркетинг в коммерческой деятельности.
- 6) Сущность личной продажи в коммерческой деятельности.
- 7) Методы и особенности прямого маркетинга.
- 8) Особенности работы с вознаграждением покупателя.
- 9) Уровни мерчандайзинга.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

### Тема 9. Аукционы, ярмарки и биржевая торговля

#### Контрольные вопросы

1. Целесообразность и эффективность оптовых ярмарок?
2. Что такое аукцион?
3. Расскажите о видах аукционов.
4. Особенности организации деятельности в рекламных агентствах.
5. Выскажите обоснованное суждение о целесообразности и коммерческой эффективности аукционов, тендеров, оптовых ярмарок.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он владеет терминологией, категориями, прослеживает связь между теорией и практикой;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он владеет поверхностными теоретическими знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

### Тема 10. Коммерческая деятельность промышленных предприятий

#### Тест

1. Коммерческая деятельность представляет собой ...
  - а) сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг;
  - б) охраняемое законом право предпринимателя на засекречивание сведений, не являющихся государственным секретом о деятельности предприятия, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение которых могло бы нанести ущерб его интересам;
  - в) обширную сферу оперативно-организационной деятельности организаций и предприятий, направленной на совершение процессов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и получения прибыли.
2. Что НЕ относится к задачам коммерческой деятельности промышленного предприятия?
  - а) установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка;
  - б) осуществление купли и продажи продукции с учетом рыночной среды;
  - в) внедрение организационных (административных) мер защиты данных;
  - г) ответственность за разглашение конфиденциальных сведений;
  - д) сокращение издержек обращения продукции.
3. Лица, непосредственно осуществляющие покупку, - это:
  - а) дилеры;
  - б) потребители;
  - в) покупатель;
  - г) клиенты.
4. Продукт труда, имеющий материально-вещественную форму и произведенный для продажи, - это:
  - а) услуга;
  - б) товар;
  - в) работа;
  - г) ресурс.
5. Коммерческие процессы - это

## Тема 11. Особенности коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий

### Темы докладов

- 1) Государственное регулирование коммерческой деятельности в аграрной сфере.
- 2) Сущность и роль коммерческой деятельности предприятий АПК.
- 3) Каналы и способы реализации продукции растениеводства разной степени переработки.
- 4) Цифровые технологии в коммерческой деятельности предприятий АПК.
- 5) Инструменты маркетинга в коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий.
- 6) Патенты как форма защиты «ноу-хау».
- 7) Особенности защиты коммерческой информации.
- 8) Бенчмаркинг: сущность и формы реализации.

### Задача

Общие постоянные издержки предприятия при выпуске определенного вида продукции сельскохозяйственной переработки составили 500 млн р., средние переменные издержки – 15 млн р., товар реализовали по цене 45 тыс. р., обеспечивая предприятию прибыль в объеме 70 млн руб. В связи со спадом в экономике предприятие было вынуждено сократить объем производства на 10% в количественном выражении. Чтобы оставить размер прибыли на прежнем уровне, администрация изыскала возможность снизить общие постоянные издержки. На сколько они в результате были снижены?

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Вопросы к зачету

- 1) Роль предприятия в движении капитала.
- 2) Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.
- 3) Кооперация в оптовой торговле.
- 4) Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие.
- 5) Организация оптовой продажи товара.
- 6) Факторы внешней среды, формирующие особенности коммерческой деятельности промышленного предприятия.
- 7) Особенности коммерческой деятельности в зависимости от размера предприятия и вида продукции.
- 8) Сущность планирования сбытовой деятельности производственного предприятия.
- 9) Внедрение в производство новой продукции.
- 10) Прогнозирование объема сбыта (продаж).
- 11) Нормирование запасов готовой продукции.

а) это изменения в обществе, отображающиеся на его благосостоянии, политической и экономической стабильности, условиях безопасности и др.;

б) процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости и являющиеся продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка и т. д.);

в) процессы, связанные со сменой стоимости, т. е. куплей и продажей товаров.

6. Какое сочетание внутренних факторов работников наибольшей степени оказывают влияние на коммерческую деятельность:

- а) производительность труда, численность работников, прибыль на одного работника;
- б) материальные, трудовые, финансовые ресурсы;
- в) фондоотдача, фондоемкость, оборотные средства.

7. Для оценки эффективности использования складских помещений основного производственного назначения, применяют следующие показатели:

- а) коэффициент использования складской площади;
- б) коэффициент использования складского объема;
- в) оба ответа верны.

8. Вид лизинга, подразумевающего передачу в пользование имущества многообразного использования на короткий и средний срок:

- а) финансовый;
- б) операционный;
- в) прямой.

9. Как называется сервисная плата за использование товарного знака, ноу-хау:

- а) ажно;
- б) гонорар;
- в) роялти.

10. Личная продажа – это:

- а) это циклический процесс коммерческого взаимоотношения между двумя лицами, который заканчивается обменом товара на деньги;
- б) вид продвижения, который предполагает личный контакт продавца с покупателем, взаимодействие, общение с покупателем, в процессе которых устно представляются потребительские характеристики товара и заключается совместное решение о возможности (невозможности) сделки, купли-продажи товара;
- в) это сделка, суть которой состоит в обмене товара на эквивалентную ему сумму денег.

- 12) Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле
- 13) Товарно-ассортиментная политика предприятия оптовой торговли и ее составляющие.
- 14) Формы и виды оптовой торговли
- 15) Ассортиментная политика оптового предприятия
- 16) Организация оптовой продажи товара
- 17) Организация сервисного обслуживания на предприятиях различной сферы деятельности.
- 18) Организация гарантийного обслуживания в компаниях различной сферы деятельности.
- 19) Особенности коммерческой работы в розничном предприятии.
- 20) Формирование сбалансированного ассортимента розничного предприятия.
- 21) Методы розничной продажи товара.
- 22) Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах.
- 23) Сущность и техника аукционной торговли.
- 24) Понятие электронной торговли.
- 25) Формы электронной торговли.
- 26) Стратегии электронной коммерции.
- 27) Внешнеэкономические сделки и особенности их заключения.
- 28) Первый уровень мерчендайзинга: внешний вид магазина и территория вокруг него.
- 29) Второй уровень мерчендайзинга: торговый зал.
- 30) Третий уровень: выкладка товаров в торговом зале.

#### **Критерии оценки:**

Отметка «зачтен» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопросы, выносимые на зачет, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтен» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправомерные ответы на дополнительные вопросы.

#### **Примерные темы контрольной работы**

1. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
2. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на потребительском рынке.
3. Организационно-методические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на потребительском рынке товаров и услуг.
5. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами потребительского рынка, на результативности торгового предприятия.
6. Риск в торговле потребительскими товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.

7. Характеристика и оценка товара как субъекта коммерческой деятельности на потребительском рынке.
8. Услуги на потребительском рынке в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
9. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями на потребительском рынке.
10. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
11. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
12. Прогнозная оценка спроса на рынке товаров.
13. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
14. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
15. Управление товароборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
16. Организация и управление процессами товародвижения на потребительском рынке.
17. Организация и управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.
18. Сервисное обслуживание в торговле.
19. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
20. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
21. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
22. Оптовая торговля в системе потребительского рынка и развитие ее организационных форм.
23. Организация торговли потребительскими товарами на аукционах.
24. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
25. Особенности торговли научно-технической продукцией на российском рынке по лицензионным договорам.
26. Организация выставочного дела на потребительском рынке России.
27. Образование и развитие рынка лизинга в России.
28. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
29. Развитие материально-технической базы в торговле с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
30. Инвестиции как источник развития материально-технологической оснащенности торговых предприятий.
31. Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия в

#### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы; обозначена проблема и обоснована ее актуальность,

сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к контрольной работе и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём контрольной работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема контрольной работы не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживаются существенное непонимание проблемы.

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

### Задания для оценки сформированности компетенции ПК-4.

1. Базовые принципы мерчандайзинга:

- а) экспозиция, удобство, презентация цены, товар;
- б) воздействие, экспозиция, презентация цены и качество товара;
- в) воздействие, экспозиция, презентация цены и удобство;
- г) продвижение, экспозиция, презентация цены и товар.

Ответ: Г.

2. Коэффициент установочной площади:

- а) рассчитывается как отношение общей площади к площади торгового оборудования;
- б) это соотношение торгового зала и подсобных помещений
- в) рассчитывается как отношение площади торгового оборудования к площади торгового зала;
- г) наиболее оптимальным считается, если равен 70 %;
- д) наиболее оптимальное значение 0,25-0,35.

Ответ: в, д.

3. При одном и том же объеме капитала (основные производственные фонды и оборотные средства) рентабельность производства растёт, когда:

- а) издержки растут в большей степени, чем выручка;
- б) выручка и издержки одинаково сократились;
- в) издержки и выручка выросли в одинаковой степени;
- г) выручка выросла больше, чем издержки.

Ответ: г.

4. Суммарный объем продаж товаров за определенный период оптовым предприятием различным оптовым покупателям, организующим процесс их последующей реализации конечным потребителям

- а) франчайзинг;
- б) оптовый товарооборот;
- в) кооперация;
- г) конъюнктура рынка.

Ответ: б.

5. Основные признаки, по которым определяется тип магазина:

- а) торговая площадь;
- б) ассортимент товаров;
- в) месторасположение в населенном пункте;
- г) использование приемов рекламы;
- д) пункт а) и пункт б).

Ответ: д.

б. В чем заключается задача завоевания и расширения доли рынка?

Ответ:

7. Какой принцип используется в рамках торговли интернет-магазинов:

Ответ:

8. Все товары в мебельном супермаркете сгруппированы в готовые комнаты, это прием:

Ответ:

9. На кого ориентирована форма оптовой торговли «кэш-энд-керри»?

Ответ:

10. Точка безубыточности – это...

Ответ:

**Критерии оценки результатов:**

– оценка «**отлично**» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.