

Технологический институт – филиал ФГБОУ ВО  
Ульяновская ГСХА

«УТВЕРЖДАЮ»

Заместитель директора по учеб-  
ной и воспитательной работе

 Н.С. Семенова

«20» \_\_ 01 \_\_ 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»**

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки 38.03.07 «Товароведение» (прикладной  
бакалавриат)

Профиль подготовки «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной  
деятельности»

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
(бакалавр, магистр, дипломированный специалист)

Форма обучения очная, заочная  
(очная, очно-заочная, и др.)

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель** дисциплины - сформировать у студентов системное представление об основах коммерческой деятельности в розничных и оптовых торговых предприятиях применительно к особенностям их функционирования в современных условиях высококонкурентного потребительского рынка.

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции.

Общепрофессиональные:

- способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях (ОПК-2).

Профессиональные:

- системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров (ПК-4)

**Задачи** дисциплины

- дать представление о сущности коммерческой деятельности в предприятиях торговли, направлениях развития;

- дать представление о розничной торговой сети, ее классификации, особенностях размещения, используемой материально-технической базе и технической оснащенности;

- исследовать содержание и технологию оперативных процессов на предприятиях с учетом вида их хозяйственной деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;

- изучить организацию и технологию продаж и торгового обслуживания покупателей;

- изучить правила розничной торговли и продажи товаров населению;

- изучить основные направления установления и рационализации хозяйственных взаимоотношений в системе товароснабжения, порядок установления хозяйственных связей;

- дать представление о классификации оптовых посредников, применяемых технологиях складского хозяйства;

- научить студентов ориентироваться в области организации товародвижения, выбора методов доставки товаров и порядка организации транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Организация и управление коммерческой деятельностью» дисциплиной базовой части профессионального цикла дисциплин подготовки по направлению 38.01.07 «Товароведение» и профилю «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности». Дисциплина осваивается в 3 семестре.

Изучение дисциплины «Теоретические основы товароведения и экспертизы» базируется на знаниях, полученных при освоении дисциплин: «Теоретические основы товароведения и экспертизы» «Экономическая теория».

Одновременно данный курс является теоретическим фундаментом для изучения таких специальных дисциплин, как «Маркетинг», «Организация и техника торговых процессов».

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс выполнения курсовой работы по данной дисциплине направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО

по данному направлению подготовки:

**ОПК-2**

**Знать:**

- теоретические основы организации и управления предприятием
- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику розничной торговой сети;
- особенности и тенденции развития современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары;

**Уметь**

- находить организационно-управленческие решения
- осуществить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке;
- осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны;

**Владеть:**

- навыками организационной работы
- терминологическим аппаратом торгового дела;
- знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению.

**ПК-4**

**Знать:**

- методы и принципы размещения, основные этапы (алгоритм) принятия решения о выборе местоположения розничного торгового предприятия;
- особенности организации торгово-технологического процесса и торгового обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях различных форматов;
- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику оптовых посредников;
- виды, функции и основы технологической планировки товарных складов;
- организацию транспортно-экспедиционных операций, классификацию тарифов на перевозку.

**Уметь:**

- организовывать процессы товародвижения
- определять проблемные места и направления совершенствования торгово-технологического процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров;
- определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса.

**Владеть:**

- методами управления товарами в сфере обращения

Учебным планом предусмотрены следующие требования к уровню освоения содержания курса «Организация и управление коммерческой деятельностью»:

- изучение дисциплины в течение одного семестра;
- в качестве итоговой аттестации – экзамен, курсовая работа.

**Матрица формирования компетенций по дисциплине**

№ п/п	Разделы, темы дисциплины	Количество часов (аудиторная +самостоя тельная)		Компетенции		Общее ко- личество компетен- ций
		очная	за- очная	ОПК-2	ПК-4	
1	Основы организации коммерческой деятельности в торговле	4	8	+	-	1
2	Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация	4	8	+	+	2
3	Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика	12	9	+	+	2
4	Материально-техническая база розничной торговли	13	16	+	+	2
5	Размещение розничного торгового предприятия	16	12	+	+	2
6	Размещение оптового торгового предприятия	13	12	+	+	2
7	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	15	14	+	+	2
8	Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети	5	10	+	+	2
9	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	5	13	+	+	2
10	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	5	13	+	+	2
11	Склады и их роль в коммерческой деятельности	5	4	+	+	2
12	Организация перевозок груза	5	4	+	+	2
13	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания	5	4	+	+	2
14	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия	5	4	+	+	2
15	Управление торгового - технологическим процессом и организация труда в магазине	5	4	+	+	2
	Контроль знаний (экзамен)	27	9	+	+	2
	Итого	144	144			

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, **144** часа, в том числе контактной работы: очная форма обучения – 76 часов, заочная форма обучения – 20 часов.

**Очная форма обучения (освоение дисциплины в 3 семестре)**

№ п/ п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость										Формы контроля	
		Аудиторная работа				Самостоятельная работа							Контроль самостоятельной работы
		Всего	Лекции	Практическое занятие	КСР	Всего	Проработка текущего материала по конспектам лекций и рекомендуемой литературе	Подготовка к практическому занятию	Выполнение письменных работ	Выполнение индивидуального задания			
1	Основы организации коммерческой деятельности в торговле	4	2	2	-	1	0,5	0,5	-	-	-		
2	Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация	4	2	2	-	2	1	1	-	-	-		
3	Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика	8	4	4	-	3	2	1	-	-	-		
4	Материально-техническая база	4	2	2	-	5	2	2	1	1	-		

	розничной торговли											
5	Размещение розничного торгового предприятия	6	2	4	-	4	2	2	1	-	-	Рубежный контроль №1
6	Размещение оптового торгового предприятия	4	2	2	-	4	2	2	1	-	-	
7	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	6	2	2	2	4	2	2	1	-	-	
8	Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети	4	2	2	-	2	2	-	-	-	-	
9	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	4	2	2	-	3	2	-	-	1	-	
10	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	4	2	2	-	3	2	-	-	1	-	

11	Склады и их роль в коммерческой деятельности	4	2	2	-	2	2	-	-	-	-	
12	Организация перевозок груза	4	2	2	-	2	2	-	-	-	-	
13	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания	4	2	2	-	2	2	-	-	-	-	Рубежный контроль №2
14	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия	10	4	4	2	2	2	-	-	-	-	
15	Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине	6	4	2	-	2	2	-	-	-	-	
	Контроль знаний (экзамен)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	27 часов
	Итого	76	36	36	4	41	27,5	10,5	4	3	27	
		144										

**Заочная форма обучения (освоение дисциплины в 6 семестре)**

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость										Формы контроля	
		Аудиторная работа				Самостоятельная работа							Контроль самостоятельной работы
		Всего	Лекции	Практическое занятие	КСР	Всего	Проработка текущего материала по конспектам лекций и рекомендуемой литературе	Подготовка к практическому занятию	Выполнение письменных работ	Выполнение индивидуального задания			
1	Основы организации коммерческой деятельности в торговле	2	1	1	-	6	2	4	-	-	-		
2	Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация	2	1	1	-	6	2	4	-	-	-		
3	Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика	3	1	1	1	6	2	4	-	-	-		
4	Материально-техническая база	2	1	1	-	14	2	4	4	4	-		



	розничной торговли											
5	Размещение розничного торгового предприятия	2	1	1	-	10	2	4	4	-	-	
6	Размещение оптового торгового предприятия	2	1	1	-	10	2	4	4	-	-	
7	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	3	1	1	1	11	3	4	4	-	-	
8	Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети	2	1	1	-	8	4	4	-	-	-	
9	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	1		1	-	12	4	4	-	4	-	
10	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	1		1	-	12	4	4	-	4	-	

11	Склады и их роль в коммерческой деятельности				-	4	4	-	-	-	-	
12	Организация перевозок груза				-	4	4	-	-	-	-	
13	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания				-	4	4	-	-	-	-	
14	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия				-	4	4	-	-	-	-	
15	Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине				-	4	4	-	-	-	-	
	Контроль знаний (экзамен)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	9 часов
	Итого	20	8	10	2	115	47	40	16	12	9	
		144										

### **Тема 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле**

Сущность и задачи коммерческой деятельности. Содержание коммерческой деятельности.

### **Тема 2. Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация**

Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети. Специализация и типизация магазинов. Классификации розничной торговой сети.

### **Тема 3. Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика**

Систематизация форматов розничных торговых предприятий по совокупности признаков. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.

### **Тема 4. Материально-техническая база розничной торговли.**

Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети.

### **Тема 5. Размещение розничного торгового предприятия**

Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия (отдельно стоящие торговые предприятия, центральные деловые районы, торговые центры). Факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия: характеристика их влияния на эффективность деятельности магазина.

### **Тема 6. Размещение розничного торгового предприятия**

Понятие, экономическая сущность организации торгово-технологического процесса на предприятии. Организация и технология операций по поступлению и приемки товаров в магазин. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже.

### **Тема 7. Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции**

Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле. Магазинные методы продажи товаров, их характеристика. Внемагазинные методы продажи товаров (прямая розничная торговля, прямые личные продажи; продажа товаров через торговые автоматы): их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. Классификация услуг розничной торговли. Общие требования к услугам торговли.

### **Тема 8. Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети**

Понятие и классификация ассортимента товаров. Свойства и показатели ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров Формирование и управление товарными запасами

### **Тема 9. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий**

Сущность товароснабжения и требования к его организации. Формы и этапы товароснабжения. Организация и технология завоза товаров на торговые предприятия. Содержание и виды договоров-контрактов.

### **Тема 10. Роль оптовых посредников в системе товароснабжения.**

Оптовые торговые предприятия как посредническое звено в системе рыночных отношений. Классификация торгово-посреднических предприятий. Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников. Мероприятия по осуществлению системы стимулирования продвижения товаров на рынок в оптовой торговле

### **Тема 11. Склады и их роль в коммерческой деятельности**

Роль складов в системе товароснабжения. Классификация складов. Виды склад-

ских помещений и категории складских площадей. Особенности планировочно - технологических решений. Организация технологических процессов на складе. Методы расчета потребности в складской площади.

#### **Тема 12. Организация перевозок груза**

Роль и виды транспорта, используемого для транспортировки грузов в торговле. Особенности функционирования в торговле железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, гужевого транспорта. Техничко-экономические показатели эффективности использования железнодорожного и автомобильного транспортного средства.

#### **Тема 13. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания**

Понятие и содержание транспортно-экспедиционных операций. Понятие и виды тарифов на перевозку товаров различным транспортом. Факторы, влияющие на величину тарифов на перевозку.

#### **Тема 14. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия**

Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий

#### **Тема 15. Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине**

Управление технологическим процессом в магазине. Рациональное разделение труда работников магазина. Режим работы и условия труда в магазине. Организация материальной ответственности в магазине

### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

#### **Оочная форма обучения**

№ п/п	Наименование темы	Виды активных и интерактивных практических занятий, час		
		Деловая игра	Операционная игра	Решение ситуационных задач
1	Основы организации коммерческой деятельности в торговле	-	-	-
2	Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация	-	2	-
3	Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика	-	-	-
4	Материально-техническая база розничной торговли	-	-	-
5	Размещение розничного торгового предприятия	2	-	-
6	Размещение розничного торгового предприятия	-	-	-
7	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	-	-	2
8	Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети	-	-	-
9	Организация и технология товароснабжения розничных торговых пред-	-	-	2

	приятый			
10	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	-	-	2
11	Склады и их роль в коммерческой деятельности	-	-	2
12	Организация перевозок груза	-	-	2
13	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания	-	-	-
14	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия	-	-	-
15	Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине	-	-	2
	Контроль знаний (экзамен)	-	-	-
	Итого	2	2	12
		16		

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Активные формы проведения учебных занятий предполагают взаимодействие студентов и преподавателя, студенты здесь не пассивные слушатели, а активные участники учебного занятия. Интерактивные методы можно рассматривать как наиболее современную форму активных методов. В отличие от активных методов, интерактивные ориентированы на более широкое взаимодействие студентов не только с преподавателем, но и друг с другом и на доминирование активности студентов в процессе обучения. Место преподавателя на интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности студентов на достижение целей занятия.

Подготовка специалистов по направлению «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности» осуществляется с применением пассивных, активных и интерактивных методов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий:

- пробуждают у обучающихся интерес;
- поощряют активное участие каждого в учебном процессе;
- обращаются к чувствам каждого обучающегося;
- способствуют эффективному усвоению учебного материала;
- оказывают многоплановое воздействие на обучающихся;
- осуществляют обратную связь (ответная реакция аудитории);
- формируют у обучающихся мнения и отношения;
- формируют жизненные навыки;
- способствуют изменению поведения.

Программой предусмотрено применение следующих интерактивных методов обучения студентов.

1. Интерактивная лекция предусматривает презентацию со стороны преподавателя и последующего ее обсуждения между преподавателями студентами, а также между студентами. Сценарий интерактивной лекции определяется ее видом.

В зависимости от темы занятия в программе предусмотрены следующие виды интерактивных лекций:

- проблемная лекция;
- лекция-консультация;
- лекции «пресс-конференция»;
- лекция вдвоем;
- лекция-беседа;

- лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация);
- лекция-исследование;
- лекция-визуализация.

2. Деловая игра - средство моделирования разнообразных условий профессиональной деятельности и поиска новых способов ее выполнения.

Этапы проведения деловой игры:

- ведение в игру;
- формирование групп;
- информационная фаза;
- формирование мнения и планирование стратегии;
- взаимодействие между группами;
- подготовка пленума (сбор, обработка и оценивание позиций участников по проблеме внутри группы);
- проведение пленума (обсуждение групповых результатов решения проблемы);
- оценивание результатов игры.

3. Операционная игра предполагает моделирование некоторого очень сложного и изменчивого процессов анализа и принятия решений с помощью игры, проводимой по определенным образом закодированным правилам. В ней принимают участие преподаватель, студенты и воображаемые участники, решения которых определяются путем соответствующих вычислений. В ходе проведения операционной игры отрабатывается выполнение конкретной специфической операции, моделируется соответствующий рабочий процесс в условиях, имитирующие реальные условия.

5. Решение ситуационных задач (ситуационных упражнений) на основе моделирования различных конкретных экономических ситуаций деятельности экономических агентов. Целями применения ситуационных упражнений являются усвоение знаний и приобретение профессиональных навыков и умений на основе деятельности в условиях, приближенных к реальной практике.

Процедуры аналитической деятельности:

- постановка задачи;
- определение условий и ограничений;
- выбор метода решения;
- определение алгоритма решения;
- производство расчетов;
- представление результата решения задачи в виде количественных показателей, графиков, формул, графически изображенных структур;
- сформулировать выводы;
- разработать практические мероприятия.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1 Вопросы к экзамену**

1. Понятие, значение и классификация розничной торговой сети. Виды розничных торговых предприятий.
2. Типы и типизация розничных торговых предприятий. Характеристика розничных торговых предприятий по уровню цен и по принадлежности.
3. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей.
4. Формат розничного торгового предприятия: понятие, основные характеристики.

5. Материально-техническая база розничной торговли. Количественные и качественные характеристики развития розничной торговой сети.
6. Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия.
7. Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия. Преимущества и недостатки различных типов места расположения.
8. Понятие и классификация торговых центров.
9. Понятие управление товарными запасами, методы анализа и учета величины товарных запасов.
10. Понятие торгового ассортимента, ее широта, глубина, насыщенность.
11. Формирование торгового ассортимента
12. Сущность торгово-технологического процесса в магазине и факторы, влияющие на его организацию.
13. Организация и технология приемки товаров в розничном торговом предприятии, ее основные этапы. Факторы, влияющие на порядок приемки товаров в торговле.
14. Организация и технология операций по хранению и подготовке товаров к продаже. Способы и сроки хранения товаров в торговом предприятии.
15. Выкладка товаров в торговом зале: ее значение, способы и приемы. Факторы, влияющие на организацию выкладки товаров.
16. Понятие товарные склады, их классификация.
17. Содержание процесса продажи товаров покупателям.
18. Сущность розничной продажи товаров методом самообслуживания, ее организация и эффективность.
19. Сущность розничной продажи товаров по заказам населения, ее организация и эффективность.
20. Сущность розничной продажи товаров через автоматы, ее организация и эффективность.
21. Сущность розничной продажи товаров через прилавки, ее организация и эффективность.
22. Дополнительные услуги, оказываемые покупателям.
23. Содержание процесса товароснабжения.
24. Формы и этапы товароснабжения.
25. Экономическая сущность оптовой торговли. Основные функции предприятий оптовой торговли. Оптовые посредники и их роль в процессе товародвижения.
26. Классификация оптовых торговых предприятий на товарном рынке.
27. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.
28. Основные операции, составляющие технологические процессы на складах.
29. Приемка товара на складе.
30. Хранение товаров на складе.
31. Отпуск товаров со склада.
32. Механизация технологических процессов на складах.
33. Режимы хранения товаров на складах.
34. Приемка товаров на складе по качеству.
35. Приемка товаров на складе по количеству
36. Способы укладки товаров.
37. Автоматизация технологических процессов на складах.
38. Документы, регламентирующие порядок приемки.
39. Подготовительные операции по приемке груза на складе.
40. Организация оперативного планирования складских операций.
41. Роль складов в сфере товарного обращения.

42. Функции складов в сфере товарного обращения.
43. Техничко-экономические показатели работы товарного склада.
44. Роль транспорта в торговле.
45. Характеристика основных транспортных средств.
46. Организация перевозок товаров ж/д транспортом.
47. Организация перевозок товаров водным транспортом.
48. Организация перевозок товаров воздушным транспортом.
49. Организация перевозок товаров автотранспортом.
50. Организация контейнеров и пакетных перевозок.
51. Организация и технология транспортно-экспедиционного обслуживания торговых предприятий.
52. Виды тарифов, используемые железнодорожным транспортом.
53. Автомобильные тарифы и факторы, влияющие на их величину
54. Сущность процесса управления.
55. Основные функции управления торговым предприятием.
56. Управление технологическим процессом в магазине
57. Требования, предъявляемые к структурам управления.
58. Сущность линейного принципа построения организационной структуры управления.
59. Сущность функционального принципа построения организационной структуры управления.

## 6.2 Примеры тестовых заданий

1. Под «коммерцией» понимают:
  - а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
  - б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
  - в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
  - г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.
  
2. Какие коммерческие операции обобщают процесс товародвижения?
  - а) обобщение информации об объеме и структуры товарного предложения;
  - б) обобщение информации розничных предприятий о ходе реализации и конъюнктуры рынка;
  - в) обобщение информации об итогах выполнения договорных обязательств поставщиками;
  - г) обобщение информации о движении товарных запасов на складах оптовых предприятий
  
2. Задачей и целью предприятий торговли являются:
  - а) рыночное согласование и экономические отношения людей при купле-продаже
  - б) удовлетворение спроса населения и получение прибыли
  - в) процесс купли-продажи товара и организация процесса продвижения товара на рынки сбыта
  - г) организация процесса движения товаров и организация труда в магазине
  
4. К основным торговым функциям предприятий розничной торговли относят:



- а) изучение покупательского спроса на товары
- б) формирование ассортимента товаров
- в) составление заявок на завоз товаров
- г) хранение товаров
- д) внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров на торговое оборудование в торговом зале

5. Согласно гражданскому кодексу РФ все предприятия в зависимости от основной цели подразделяются на:

- а) основные и дополнительные
- б) производственные и непроизводственные
- в) специализированные и неспециализированные
- г) коммерческие и некоммерческие д) государственные и негосударственные

6. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе формирования хозяйственных связей?

- а) изучение рынка товаров, определение возможных источников закупки, оформление хозяйственных связей, проведение претензионной работы;
- б) изучение рынка товаров, определение возможных источников закупки, определение оптимальных каналов сбыта, оценка собственной конкурентоспособности, выбор формы хозяйственных связей;
- в) изучение рынка товаров, оценка собственной конкурентоспособности, поставка товаров, устранение разногласий по договорам.

7. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются при организации оптовых закупок?

- а) изучение и прогнозирование покупательского спроса, выявление и изучение возможных источников товарных ресурсов, организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками, документальное оформление закупки товаров, организация учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- б) изучение и прогнозирование покупательского спроса, организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками, приемка товаров, складирование товаров, организация оптовой продажи, организация учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- в) изучение и прогнозирование покупательского спроса, документальное оформление закупки товаров, осуществление рекламно-информационной деятельности, формирование ассортимента товаров, установление рациональных хозяйственных связей с поставщиками, товароснабжение розничной торговой сети, розничная продажа товаров;
- г) изучение и прогнозирование покупательского спроса, выявление возможных товарных ресурсов, проведение претензионной работы, организация комплектования товарных партий, транспортировка товаров, предоставление услуг по хранению товаров.

8. Какие операции относятся к коммерческим?

- а) организация закупок и оптовой продажи товаров, предоставление услуг, отпуск товаров со складов оптовых предприятий, хранение товаров, комплектование товарных партий;
- б) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, формирование товарного ассортимента, рекламно-информационная деятельность, изучение спроса и конъюнктуры рынка;
- в) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, хранение товаров, перегруппировка товаров, транспортировка товаров, документообо-

рот;

г) организация торговых закупок, рекламно-информационная деятельность, доставка товаров в розничную сеть, приемка товаров по количеству и по качеству, хранение товаров.

9. Розничная торговая сеть – это

а) совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей

б) совокупность видов предпринимательской деятельности, увеличивающая ценность товаров и услуг, продаваемых потребителям и предназначенных для личного или семейного использования

в) включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования

г) совокупность большого числа предприятий, различающихся по ряду признаков (ассортименту реализуемых товаров, величине товарооборота, размеру торговой площади)

10. Перечислите основные признаки розничной сети:

а) размещение

б) материально-техническая база

в) стационарность

г) товарно-ассортиментный профиль

д) формы продажи и методы обслуживания

е) установочная площадь магазина

11. Расположите по значимости основные торгово-коммерческие функции предприятия розничной торговли:

а) изучение покупательского спроса

б) формирование ассортимента товаров

в) организация закупок и завоза товаров

г) оказание торговых услуг покупателям д) рекламирование товаров и услуг

12. Последовательность основных технологических функций предприятия розничной торговли:

а) приемка поступивших товаров по количеству и качеству

б) хранение товаров

в) подготовка товаров к продаже путем фасовки, упаковки

г) внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров д) продажа товаров покупателям, помощь в выборе

е) выполнение расчетов за товары с покупателями

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

а) в организации торгового обслуживания покупателей;

б) в организации товаров;

в) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;

г) в формировании ассортимента товаров.

14. Здания, которые используют для размещения магазина, классифицируют по нескольким признакам:

- а) капитальности сооружения, размещению, особенностям объемно-планировочного решения, материалу стен и конструктивных элементов
- б) по приоритетным направлениям деятельности
- в) степени эффективности производства
- г) региональной принадлежности
- д) материалу стен и конструктивных элементов, капитальности сооружения

15. Минимальная торговая площадь специализированного магазина составляет (кв. метров):

- а) 8; б) 10; в) 18; г) 20; д) 25; е) 50.

16. Минимальная торговая площадь универсама составляет (кв. метров):

- а) 100; б) 200; в) 300 г) 400; д) 500.

17. Магазин типа «Товары повседневного спроса» по ассортиментной направленности является

- а) универсальным;
- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

18. Магазин типа «Дом торговли» по ассортиментной направленности является:

- а) универсальным;
- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

19 Комиссионный магазин является

- а) универсальным;
- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

20 Розничная торговая сеть малого города (численность населения 50 тыс. жителей) может включать:

- а) Универмаг;
- б) Универсам;
- в) Гипермаркет;
- г) Склад-магазин;
- д) Товары повседневного спроса;
- е) Дом торговли;
- ж) Специализированный магазин «Молоко».

21. Мелкорозничная торговая сеть включает:

- а) павильоны;
- б) в) палатки;
- с) в) киоски;
- д) г) ларьки.

22. Видовая классификация розничных торговых предприятий осуществляется по признаку:

- а) размер торговой площади;
- б) размер общей площади;
- в) величина розничного оборота;
- г) ассортимент товаров.

23. Тип розничного торгового предприятия определяют:

- а) размер общей площади;
- б) состав помещений;
- в) место расположения;
- г) размер торговой площади;
- д) ассортимент товаров;
- е) формы торговли.

### **6.3.Перечень тем курсовых работ:**

1. Основные направления совершенствования коммерческой деятельности оптовой фирмы.
2. Содержание коммерческой деятельности в оптовой торговле и пути ее улучшения.
3. Организация хозяйственных связей в оптовой торговле и их эффективность.
4. Изучение и прогнозирование покупательского спроса и конъюнктуры рынка сбыта товаров.
5. Роль коммерческой деятельности в повышении качества торгового обслуживания населения, эффективности торговли и ее конкурентоспособности.
6. Показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
7. Организация коммерческой деятельности оптовых рынков.
8. Закупка товаров на оптовых рынках.
9. Продажа товаров на оптовом рынке.
10. Особенности коммерческой деятельности мелкооптового магазина-склада.
11. Эффективность продажи товаров на мелкооптовом магазине-складе.
12. Оптовые торговые услуги и направления их расширения.
13. Формирование товарных ресурсов оптового предприятия на современном этапе.
14. Формирование ассортимента товаров в предприятиях оптовой торговли и пути его улучшения.
15. Управление товарными запасами в предприятиях оптовой торговли и пути его улучшения.
16. Коммерческая работа оптового предприятия по закупке товаров и ее эффективность.
17. Коммерческая работа оптовой фирмы по продаже товаров и пути ее совершенствования.
18. Методы оптовой продажи товаров со складов оптового предприятия и пути их совершенствования.
19. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров в залах товарных образцов.
20. Прямые хозяйственные связи кооперативных организаций и предприятий с промышленностью и их эффективность.

21. Организация хозяйственных связей оптового предприятия с розничными по поставкам товаров.
22. Организация оптовой торговли продовольственными товарами и пути её совершенствования.
23. Развитие маркетинговой деятельности оптовых фирм.
24. Организация автоматизированных рабочих мест коммерческих работников оптовых фирм.
25. Организация мелкооптовой посылочной торговли и пути повышения её эффективности.
26. Организация работы оптовой фирмы.
27. Организация рекламы в оптовой торговле.
28. Организация экспортно-импортных торговых операций потребительской кооперации.
29. Организация коммерческой работы в райпо.
30. Характеристика организационно-экономических и правовых принципов работы торгового предприятия в условиях аренды.
31. Организация хозяйственных связей райпотребсоюза с малыми предприятиями и производственными кооперативами по поставкам товаров.
32. Роль рекламы в маркетинговой деятельности.
33. Рекламные службы в торговле.
34. Организация и функционирование оптовых ярмарок, эффективность их проведения.
35. Организация коммерческой работы на товарных биржах.
36. Организация работы товарных бирж.
37. Порядок закупки товаров на товарной бирже.
38. Порядок ведения биржевой торговли.
39. Расширение хозяйственных взаимоотношений торговых предприятий с брокерскими фирмами.
40. Реклама внемагазинная и внутримагазинная.
41. Пути совершенствования ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях.
42. Реклама в розничной торговле и её эффективность.
43. Организация работы совместных предприятий.
44. Организация работы малого предприятия.
45. Организация договорных отношений при проведении экспортно-импортных операций.
46. Изучение и прогнозирование спроса на непродовольственные товары в условиях рынка.
47. Организация посылочной торговли.
48. Организация оперативного учета и контроля выполнения поставок товаров.
49. Отличительные особенности коммерческой деятельности предприятий различных форм собственности.
50. Расширение хозяйственных взаимоотношений розничных торговых предприятий с поставщиками товаров.
51. Пути совершенствования коммерческой деятельности фирмы по розничной продаже товаров.
52. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
53. Организация деятельности таможни и перспективы ее совершенствования.
54. Организация хозяйственных связей розничного торгового предприятия с поставщиками по закупке товаров и их сравнительный анализ.

55. Формирование ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли и пути его совершенствования.
56. Организация коммерческой деятельности фирм по розничной продаже товаров и пути ее совершенствования.
57. Управление товарными запасами в розничной торговой сети и пути его улучшения.
58. Организация коммерческой деятельности оптово-розничных рынков.
59. Организация хозяйственных связей производственных предприятий с оптовыми покупателями по поставкам товаров и их регулирование.
60. Направление совершенствования маркетинговой деятельности производственных предприятий.
61. Методы розничной продажи товаров и их эффективность.
62. Развитие дополнительных услуг и их влияние на результаты коммерческой деятельности торговых предприятий.
63. Новые формы бизнеса и направления их развития.
64. Торговые дома, направления совершенствования их деятельности.
65. Пути развития коммерческой деятельности производственного предприятия по сбыту продукции.
66. Организация коммерческой деятельности предприятия общественного питания.
67. Направления совершенствования коммерческой деятельности производственного предприятия.
68. Организация коммерческой деятельности производственного предприятия по закупкам сырья и пути ее совершенствования.
69. Направления расширения комплекса сервисных услуг и их экономическая эффективность.
70. Направления развития маркетинговой деятельности в торговом бизнесе и их влияние на экономические результаты работы.
71. Анализ и пути совершенствования хозяйственных связей производственных предприятий с оптовыми покупателями.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Ермаков Г.П. Организация и управление коммерческой деятельностью. Конспект лекций. – Димитровград: Технологический институт – филиал ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина», 2016. – 55 с. – Режим доступа: <http://www.moodle.tiugsha.ru>

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***а) основная литература:***

Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398696>

Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Наumenко. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 255 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509252>

**б) дополнительная литература:**

Экономика торговли: Учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 232 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400981>

Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества [Электронный ресурс] : Учебник / А. М. Фридман. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415065>

**в) программное обеспечение и информационные справочные системы:**

ИПС «Кодекс». Для решения практических задач и подготовки домашнего задания используется программа MS Excel, прикладная программа АльтИнвест.

**г) периодические издания**

- Российский экономический журнал;
- Российская газета;
- Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.

**д) интернет-ресурсы**

1. <http://elibrary.ru> - научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
2. <http://biblioclub.ru/> - «университетская библиотека online»
3. [http:// www. budgetrf. ru](http://www.budgetrf.ru) - Мониторинг экономических показателей;
4. <http:// www. businesspress.ru> - Деловая пресса;
5. <http:// www. garant.ru> - Гарант;
6. <http:// www. nta -rus. ru> - Национальная торговая ассоциация;
7. <http:// www. rbc. ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
8. <http:// www. rtpress. ru> - Российская торговля;
9. <http:// www. torgrus. ru> - Новости и технологии торгового бизнеса;
10. <http:// www. factoring. ru>.
11. [www.retail.ru](http://www.retail.ru)
12. [www.retailclub.ru](http://www.retailclub.ru)
13. [www.shop-academy.com](http://www.shop-academy.com)

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения лекционных и практических занятий предназначена аудитория №1 учебного корпуса: г. Димитровград, ул. Куйбышева, 310. Площадь аудитории №1 «Кабинет экономической теории и экономики предприятий (организаций)» составляет 91,27 м<sup>2</sup>. Кабинет включает следующее техническое оснащение:

- Проектор BenQ MX 813 ST – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- Системный блок «Формоза» – 1 шт.;
- Монитор «Самсунг» 19” S 19A10N – 1 шт.;
- Колонки SVEN SPS-611S – 1 шт.;
- Интерактивная доска SCREEN MEDIA I-82SA – 1 шт.;
- стенд размером 1\*2 м по организации и управлению коммерческой деятельностью.

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания студентам очной формы обучения представлены в виде:

- методических рекомендаций при работе над конспектом лекций во время проведения лекции;

- методических рекомендаций по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к семинарским занятиям;

- групповая консультация;

- методических рекомендаций по изучению рекомендованной литературы.

### **Методические рекомендации при работе над конспектом лекций во время проведения лекции**

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых работ или проектов и выпускной квалификационной работы.

### **Методические рекомендации обучающимся по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям**

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия помогают обучающимся глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками.

Планы практических занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине. Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана занятия. Такой подход преподавателя помогает обучающимся быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном.

Начиная подготовку к практическому занятию, необходимо, прежде всего, указать обучающимся страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа: 1й – организационный; 2й - закрепление и углубление теоретических знаний.



**На первом этапе** студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор рекомендованной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

**Второй этап** включает непосредственную подготовку обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия обучающиеся под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у обучающегося, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Важно развивать у обучающихся умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал. Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у обучающихся. Преподаватель может рекомендовать обучающимся следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов: план-конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, тематический конспект.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В виду трудоемкости подготовки к практическому занятию преподавателю следует предложить обучающимся алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме.

#### **Групповая консультация**

Разъяснение является основным содержанием данной формы занятий, наиболее сложных вопросов изучаемого программного материала. Цель – максимальное приращение обучения к практическим интересам с учетом имеющейся информации и является результативным материалом закрепления знаний.

Групповая консультация проводится в следующих случаях:

- когда необходимо подробно рассмотреть практические вопросы, которые были недостаточно освещены или совсем не освещены в процессе лекции;
- с целью оказания помощи в самостоятельной работе (написание рефератов, выполнение курсовых работ, сдача экзаменов, подготовка конференций);
- если обучающиеся самостоятельно изучают нормативный, справочный материал, инструкции, положения.

#### **Методические рекомендации обучающимся по изучению рекомендованной литературы**

Эти методические рекомендации раскрывают рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы (в том числе самостоятельной работы над рекомендованной литературой) с учетом специфики выбранной обучающимся очной формы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

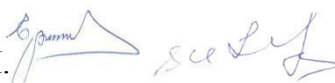
Обучающимся рекомендуется получить в библиотеке института учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины.

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие обучающегося путем планомерной, повседневной работы.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 38.03.07. «Товароведение» профилю подготовки «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности».

Автор к.т.н., доцент Ермаков Г.П.

Рецензент к.э.н., доцент Иванов В.М.



Программа рассмотрена на заседании кафедры 19.01.2016г., протокол № 5.

Зав. кафедрой ЭиУ

Ю.С. Холопова



Программа одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета от 19.01.2016 года, протокол №5.

Председатель методической комиссии

И.Г. Яковлев



Заведующая библиотекой

М.В. Наумова

Лист регистрации изменений

Изменения	Основание для изменения	Протокол заседания кафедры	Протокол заседания методической комиссии
<p>1. П.6 рабочей программы «<b>Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</b>» изложить в следующей редакции: Фонд оценочных средств, сформированный для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью» разработан на основании следующих документов: -Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"; - приказа Минобрнауки РФ от 19.12.2013 № 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры». Фонд оценочных средств представлен в приложении рабочей программы и включает в себя: - перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы; - 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, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы; - методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.</p>	<p>1. Изменение №1 в положение о рабочей программе от 05.04.2016г. 2. Предписание ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА в части Технологического института - филиала ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА об устранении выявленных нарушений от Рособнадзора Управления надзора и контроля за организациями, осуществляющими образовательную деятельность от 01.04.2016г. №07-55-106/39-Л/З.</p>	<p>Протокол №8 от 08.04.2016</p>	<p>Протокол №8 от 09.04.2016</p>

Составитель:



Н.С. Семенова

Технологический институт – филиал ФГБОУ ВО  
Ульяновская ГСХА

Кафедра «Экономика и управление»

УТВЕРЖДЕН  
на заседании кафедры  
«08»\_\_04\_\_2016 г.  
протокол №8  
Заведующий кафедрой  
Ю.С. Холопова



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
приложение к рабочей программе  
по учебной дисциплине  
**«ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»**  
(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки 38.03.07 «Товароведение»

Профиль подготовки «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

## Содержание

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

**ПАСПОРТ**  
**фонда оценочных средств**  
**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
**Статистика коммерческой деятельности**

**1. Модели контролируемых компетенций.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции:

Индекс	Формулировка компетенции
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях
ПК-4	системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

## 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ООП (семестр)	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства сформированности компетенции
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы организации и управления предприятием</li> <li>- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику розничной торговой сети;</li> <li>- особенности и тенденции развития современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.</li> </ul>	3	занятия лекционного и практического типа	письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание, дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант
		<b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить организационно-управленческие решения                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке;</li> <li>- осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового пред-</li> </ul> </li> </ul>	3	занятия лекционного и практического типа	письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание, дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант, дискуссия

		<p>приятия в соответствии с особенностями его торговой зоны.</p> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организационной работы</li> <li>- терминологическим аппаратом торгового дела;</li> <li>- знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению.</li> </ul>	3	занятия лекционного и практического типа	письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание, дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант, дискуссия, деловая игра, ситуационная игра
ПК-4	<p>системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и принципы размещения, основные этапы (алгоритм) принятия решения о выборе местоположения розничного торгового предприятия;</li> <li>- особенности организации торгово-технологического процесса и торгового обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях различных форматов;</li> <li>- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику оптовых посредников;</li> <li>- виды, функции и основы технологической планировки товарных складов;</li> <li>- организацию транспортно-экспедиционных операций, классификацию тарифов на перевозку.</li> </ul>	3	занятия лекционного и практического типа	письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание, дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант
		<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать процессы товародвижения</li> <li>- определять проблемные места и направления</li> </ul>	3	занятия лекционного и практического типа	письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание,



		<p>совершенствования торгово-технологического процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров;</p> <p>- определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса.</p>		кого типа	<p>дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант</p>
		<p><b>Владеет:</b></p> <p>- методами управления товарами в сфере обращения.</p>	3	занятия лекцион-ного и практического типа	<p>письменный опрос, письменное домашнее задание, индивидуальное задание, дискуссия, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины, терминологический диктант</p>

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### 2.1. Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос	Сущность оценочного средства заключается в том, что преподаватель задает обучающимся вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, качество и полноту его усвоения. При устном опросе преподаватель расчленяет изучаемый материал на отдельные смысловые единицы (части) и по каждой из них задает обучающимся вопросы.	Вопросы по темам
2	Письменный опрос	Представляет собой перечень вопросов, на которые обучающиеся должны дать ответы в письменной форме. К приемам письменного опроса относятся все диктанты, проверочные, самостоятельные и контрольные работы, тестирование.	Вопросы по темам
3	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Описание деловой игры
4	Операционная игра	Предполагает моделирование некоторого очень сложного и изменчивого процессов анализа и принятия решений с помощью игры, проводимой по определенным образом закодированным правилам. В ней принимают участие преподаватель, студенты и воображаемые участники, решения которых определяются путем соответствующих вычислений. В ходе проведения операционной игры отрабатывается выполнение конкретной специфической операции,	Описание операционной игры

		моделируется соответствующий рабочий процесс в условиях, имитирующие реальные условия.	
5	Круглый стол	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов

## 2.2. Программа оценивания контролируемой компетенции по дисциплине

№	Контролируемые модули, разделы дисциплины (темы)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Основы организации коммерческой деятельности в торговле	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос
2	Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация	ОПК-2, ПК-4	Оператонная игра выполнение индивидуального задания
3	Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика	ОПК-2, ПК-4	решение ситуационных задач, выполнение индивидуального задания
4	Материально-техническая база розничной торговли	ОПК-2, ПК-4	выполнение индивидуального задания
5	Размещение розничного торгового предприятия	ОПК-2, ПК-4	Деловая игра, выполнение индивидуального задания
6	Размещение розничного торгового предприятия	ОПК-2, ПК-4	Тестирование
7	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	ОПК-2, ПК-4	Выполнение КСР, решение ситуационных задач
8	Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети	ОПК-2, ПК-4	Тестирование
9	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	ОПК-2, ПК-4	решение ситуационных задач
10	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	ОПК-2, ПК-4	решение ситуационных задач
11	Склады и их роль в коммерческой деятельности	ОПК-2, ПК-4	решение ситуационных задач, выполнение индивидуального задания

12	Организация перевозок груза	ОПК-2, ПК-4	Решение ситуационных задач
13	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания	ОПК-2, ПК-4	Тестирование
14	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия	ОПК-2, ПК-4	Выполнение КСР, выполнение индивидуального задания
15	Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине	ОПК-2, ПК-4	Решение ситуационных задач
	Экзамен		Письменный опрос

2.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		Ниже порогового уровня (Неудовлетворительно)	Пороговый уровень (Удовлетворительно)	Продвинутый уровень (Хорошо)	Высокий уровень (Отлично)
<b>ОПК-2</b> способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях	<b>Знает:</b> теоретические основы организации и управления предприятием, экономическую сущность, классификацию и общую характеристику розничной торговой сети, особенности и тенденции развития современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.	Обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в научной терминологии, допускает существенные ошибки	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала	Обучающийся твердо знает материал, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос	Обучающийся знает научную терминологию, методы и приемы анализа экономических проблем, глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий
	<b>Умеет:</b> находить организационно-управленческие решения, осуществить	Не умеет находить организационно-управленческие решения, осуществить правильный	В целом успешное, но не системное умение находить организационно-управленческие ре-	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение находить организационно-	Сформированное умение находить организационно-управленческие решения, осуществ-

	<p>правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке, осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны.</p>	<p>выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке, осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено.</p>	<p>шения, осуществить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке, осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны.</p>	<p>управленческие решения, осуществить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке, осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны.</p>	<p>вить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке, осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны.</p>
--	--	---	---	--	---

	<p><b>Владеет:</b> навыками организационной работы, терминологическим аппаратом торгового дела, знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению.</p>	<p>Обучающийся не владеет - навыками организационной работы, терминологическим аппаратом торгового дела, знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено</p>	<p>В целом успешное, но не системное владение навыками организационной работы, терминологическим аппаратом торгового дела, знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками организационной работы, терминологическим аппаратом торгового дела, знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению</p>	<p>Успешное и системное владение навыками организационной работы, терминологическим аппаратом торгового дела, знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению</p>
<p><b>ПК-4</b> системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой</p>	<p><b>Знает:</b> методы и принципы размещения, основные этапы (алгоритм) принятия решения о выборе местоположения розничного предприятия, особенности</p>	<p>Обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в научной терминологии, допускает существенные ошибки</p>	<p>Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последо-</p>	<p>Обучающийся твердо знает материал, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос</p>	<p>Обучающийся знает научную терминологию, методы и приемы анализа экономических проблем, глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпы-</p>

и реализацией товаров	организации торгово-технологического процесса и торгового обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях различных форматов, экономическую сущность, классификацию и общую характеристику оптовых посредников, виды, функции и основы технологической планировки товарных складов, организацию транспортно-экспедиционных операций, классификацию тарифов на перевозку.		вательности в изложении программного материала		вающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий
	<b>Умеет:</b> организовывать процессы товародвижения, определять проблемные места и направления совершенствования торгово-технологического процесса и обслужи-	Не умеет организовывать процессы товародвижения, определять проблемные места и направления совершенствования торгово-технологического	В целом успешное, но не системное умение организовывать процессы товародвижения, определять проблемные места и направления совершенствования торгово-технологического	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение организовывать процессы товародвижения, определять проблемные места и направления совершенствования	Сформированное умение организовывать процессы товародвижения, определять проблемные места и направления совершенствования торгово-



	<p>вания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров, определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса.</p>	<p>процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров, определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено.</p>	<p>процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров, определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса</p>	<p>торгово-технологического процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров, определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса</p>	<p>технологического процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров, определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса</p>
	<p><b>Владеет:</b> методами управления товарами в сфере обращения</p>	<p>Обучающийся не владеет методами управления товарами в сфере обращения,</p>	<p>В целом успешное, но не системное владение методами управления товарами в сфере обращения</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными</p>	<p>Успешное и системное владение методами управления товарами в сфере обращения</p>

		допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство предусмотренных программой		ошибками владение методами управления товарами в сфере обращения	
--	--	--	--	--	--

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### 3.1. Контрольные вопросы промежуточной аттестации (по итогам изучения курса)

1. Понятие, значение и классификация розничной торговой сети. Виды розничных торговых предприятий.
2. Типы и типизация розничных торговых предприятий. Характеристика розничных торговых предприятий по уровню цен и по принадлежности.
3. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей.
4. Формат розничного торгового предприятия: понятие, основные характеристики.
5. Материально-техническая база розничной торговли. Количественные и качественные характеристики развития розничной торговой сети.
6. Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия.
7. Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия. Преимущества и недостатки различных типов места расположения.
8. Понятие и классификация торговых центров.
9. Понятие управление товарными запасами, методы анализа и учета величины товарных запасов.
10. Понятие торгового ассортимента, ее широта, глубина, насыщенность.
11. Формирование торгового ассортимента
12. Сущность торгово-технологического процесса в магазине и факторы, влияющие на его организацию.
13. Организация и технология приемки товаров в розничном торговом предприятии, ее основные этапы. Факторы, влияющие на порядок приемки товаров в торговле.
14. Организация и технология операций по хранению и подготовке товаров к продаже. Способы и сроки хранения товаров в торговом предприятии.
15. Выкладка товаров в торговом зале: ее значение, способы и приемы. Факторы, влияющие на организацию выкладки товаров.
16. Понятие товарные склады, их классификация.
17. Содержание процесса продажи товаров покупателям.
18. Сущность розничной продажи товаров методом самообслуживания, ее организация и эффективность.
19. Сущность розничной продажи товаров по заказам населения, ее организация и эффективность.
20. Сущность розничной продажи товаров через автоматы, ее организация и эффективность.
21. Сущность розничной продажи товаров через прилавки, ее организация и эффективность.
22. Дополнительные услуги, оказываемые покупателям.
23. Содержание процесса товароснабжения.
24. Формы и этапы товароснабжения.
25. Экономическая сущность оптовой торговли. Основные функции предприятий оптовой торговли. Оптовые посредники и их роль в процессе товародвижения.

26. Классификация оптовых торговых предприятий на товарном рынке.
27. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.
28. Основные операции, составляющие технологические процессы на складах.
29. Приемка товара на складе.
30. Хранение товаров на складе.
31. Отпуск товаров со склада.
32. Механизация технологических процессов на складах.
33. Режимы хранения товаров на складах.
34. Приемка товаров на складе по качеству.
35. Приемка товаров на складе по количеству
36. Способы укладки товаров.
37. Автоматизация технологических процессов на складах.
38. Документы, регламентирующие порядок приемки.
39. Подготовительные операции по приемке груза на складе.
40. Организация оперативного планирования складских операций.
41. Роль складов в сфере товарного обращения.
42. Функции складов в сфере товарного обращения.
43. Техничко-экономические показатели работы товарного склада.
44. Роль транспорта в торговле.
45. Характеристика основных транспортных средств.
46. Организация перевозок товаров ж/д транспортом.
47. Организация перевозок товаров водным транспортом.
48. Организация перевозок товаров воздушным транспортом.
49. Организация перевозок товаров автотранспортом.
50. Организация контейнеров и пакетных перевозок.
51. Организация и технология транспортно-экспедиционного обслуживания торговых предприятий.
52. Виды тарифов, используемые железнодорожным транспортом.
53. Автомобильные тарифы и факторы, влияющие на их величину
54. Сущность процесса управления.
55. Основные функции управления торговым предприятием.
56. Управление технологическим процессом в магазине
57. Требования, предъявляемые к структурам управления.
58. Сущность линейного принципа построения организационной структуры управления.
59. Сущность функционального принципа построения организационной структуры управления.

### 3.2. Темы индивидуальных заданий для обучающихся

#### ВАРИАНТ 1

Теоретические задания:

1. Коммерческая деятельность как предмет статистического исследования.
2. Показатели движения основных средств коммерческого предприятия.

Практические задания:

Задание 1

Условие: Имеются следующие данные по предприятию:

Дата	01.01.	01.03.	01.04.	01.07.	01.09.
Товарные запасы (млн. руб.)	15,0	18,3	17,2	19,0	23,4

Задание: рассчитать среднемесячную величину товарных запасов; абсолютное и

относительное изменение величины товарных запасов на предприятии за период с 01.01. по 01.09. (базисный абсолютный прирост и базисный темп роста).

### Задание 2

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

Товар	Товарные запасы		Поступление товара за период	Документированный расход товаров
	начало периода	конец периода		
А	70	60	200	2
Б	50	40	150	3
В	15	40	90	1
Итого	135	140	440	6

Задание: при условии, что денежная выручка (общий объем товарооборота) в целом по всему предприятию за период составила 400 тыс. руб., рассчитайте расход (выбытие) каждого вида товара отдельно и общую сумму расхода по предприятию; удельный вес денежной выручки (общего объема товарооборота) во всей сумме расхода; удельный вес расхода каждого вида товара в общей сумме расхода; объем денежной выручки по каждому виду товара.

### ВАРИАНТ 2

Теоретические задания:

1. Информационная база коммерческой деятельности.
2. Показатели состояния и использования основных средств коммерческого предприятия.

Практические задания:

#### Задание 1

Условие: Имеются данные по торговой фирме за месяц:

Товар	Товарооборот (тыс. руб.) всего	Среднемесячные товарные запасы (тыс. руб.)
А	1	2
А	300	60
Б	800	100
В	1100	210
Итого	2200	370

Задание: рассчитать скорость товарооборота и время товарного обращения по каждому товару; среднюю скорость товарооборота и среднее время товарного обращения по всей совокупности товаров.

#### Задание 2

Условие: Известны следующие данные об основных финансовых результатах деятельности торгового предприятия (млн.руб.):

Показатель	Базисный период	Отчетный период
1. Балансовая прибыль	4,5	5,8
2. Прибыль от торговой деятельности	3,7	4,2
3. Реализованное торговое наложение	5,7	7,9
4. Товарооборот	30	28

Задание: рассчитать уровень рентабельности торгового предприятия за каждый период (в %); соотношение балансовой и торговой прибыли за каждый период; уровень торговой прибыли на 1 рубль реализованного торгового наложения за каждый период; удельный вес реализованного торгового наложения в товарообороте за каждый период;

абсолютный прирост рентабельности общий и за счет изменения:

- соотношения балансовой и торговой прибыли;
- уровень торговой прибыли на 1 рубль реализованного торгового наложения;
- удельного веса реализованного торгового наложения в товарообороте.

### ВАРИАНТ 3

Теоретические задания:

1. Роль маркетингового исследования в коммерческой деятельности.
2. Анализ коммерческого использования торгово-складской сети предприятия.

Практические задания:

Задание 1

Условие: Имеются данные по торговой фирме:

Вид товара	Цена за единицу, тыс.руб.		Количество, тыс.ед.	
	По контракту	розничная	По контракту	фактическое
А	1	1,5	70	60
Б	1,7	2,8	100	110
В	3,1	5,0	120	100
Итого	-	-	290	270

Задание: рассчитать коэффициент недопоставки товара по количеству; индекс недопоставки в стоимостном выражении; абсолютные размеры недопоставки в натуральных и стоимостных единицах; коэффициент выполнения контрактных обязательств по ассортименту; упущенную выгоду с учетом того, что фирма-клиент не сумела реализовать поставленных сверх договора 10 тыс.единиц 2-го вида товара.

Задание 2

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

Показатель	Основные средства	
	По полной стоимости	износ
1. Наличие на начало года	6000	1800
2. Поступило за год	1800	300
В т.ч. новых	1200	-
3. Выбыло в течение года	800	600
4. Сумма начисленного за год износа	-	420

Задание: построить баланс основных средств по полной и остаточной стоимости. Рассчитать коэффициенты поступления, обновления, выбытия основных средств за год; коэффициенты годности и износа на начало и конец года.

### ВАРИАНТ 4

Теоретические задания:

1. Конкурентоспособность торгового предприятия. Понятие, система показателей.
2. Статистика рекламы. Система показателей.

Практические задания:

Задание 1

Условие: Первая фирма обязалась поставлять товар равными партиями через равные промежутки времени, вторая фирма в контракте согласовала размер поставки в каждый период.

В таблице приведены данные о размерах поставок (тыс.ед.):

Период	Поставщик		
	1-й	2-й	
		По контракту	Фактически
1	17	20	20
2	17	30	25
3	20	40	45
4	19	40	40
5	18	30	35
6	21	20	15
Итого	112	180	180

Задание: Оценить равномерность поставок для каждого поставщика.

#### Задание 2

Условие: Известны следующие данные об основных финансовых результатах деятельности торгового предприятия (тыс.руб.):

Показатель	Базисный период	Отчетный период
1. Балансовая прибыль	250	380
2. Прибыль от торговой деятельности	190	300
3. Реализованное торговое наложение	305	520
4. Товарооборот	625	850

Задание: рассчитать уровень рентабельности торгового предприятия за каждый период (в %); соотношение балансовой и торговой прибыли за каждый период; уровень торговой прибыли на 1 рубль реализованного торгового наложения за каждый период; удельный вес реализованного торгового наложения в товарообороте за каждый период; абсолютный прирост рентабельности общий и за счет изменения:

- соотношения балансовой и торговой прибыли;
- уровень торговой прибыли на 1 рубль реализованного торгового наложения;
- удельного веса реализованного торгового наложения в товарообороте.

#### ВАРИАНТ 5

Теоретические задания:

1. Основные функции управления торговым предприятием.
2. Система показателей статистики финансов в коммерческой деятельности.

Практические задания:

#### Задание 1

Условие: Известны следующие данные по мебельному магазину:

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

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

#### Задание 2

Условие:

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

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

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

## ВАРИАНТ 6

Теоретические задания:

1. Конъюнктура рынка. Понятие, система показателей.
2. Анализ валютно-финансовой системы. Система показателей.

Практические задания:

Задание 1

Условие: Имеются данные по торговой фирме за месяц:

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

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

Задание 2

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

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

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

## ВАРИАНТ 7

Теоретические задания:

1. Анализ оборачиваемости оборотных средств в коммерческой деятельности.



## 2. Анализ динамики и структуры товарооборота.

Практические задания:

### Задание 1

Условие: Имеются данные по торговой фирме:

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

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

### Задание 2

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

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

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

## ВАРИАНТ 8

Теоретические задания:

1. Методы оценки выполнения обязательств по контрактам поставки товаров.
2. Статистика издержек обращения. Понятие, основные показатели и методы анализа.

Практические задания:

### Задание 1

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

Период	Поставщик		
	1-й	2-й	
		По контракту	Фактически
1	100	100	110
2	120	90	100
3	110	80	90
4	100	80	90
5	80	90	80
6	90	100	70
Итого	600	540	540

Задание: оценить равномерность поставок для каждого поставщика.

## Задание 2

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

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

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

## ВАРИАНТ 9

Теоретические задания:

1. Понятие цен. Функции цен в коммерции. Классификация цен.
2. Понятие инвестиций в коммерции. Виды инвестиций.

Практические задания:

### Задание 1

Условие: Имеются следующие данные по оптовой базе:

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

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

### Задание 2

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

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

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

## ВАРИАНТ 10

Теоретические задания:

1. Понятие и классификация основных средств коммерческих предприятий.
2. Система показателей статистики коммерческих инвестиций.

Практические задания:

Задание 1

Условие: Имеются следующие данные по торговому предприятию:

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

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

Задание 2

Условие: Имеются данные по торговому предприятию:

Показатель	Базисный период	Отчетный период
Товарооборот, тыс. руб.	3600	4200
Средние товарные запасы, тыс.руб.	600	525

Задание: рассчитать индексы товарооборота, товарных запасов и скорости товарооборота; абсолютный прирост товарооборота (всего), и в том числе за счет:

- а) изменения скорости товарооборота;
- б) величины средних товарных запасов.

3.3. Вопросы и задания для обучающихся к практическим занятиям и самостоятельной работе

### **Тема 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле**

1. Сущность и задачи коммерческой деятельности.
2. Содержание коммерческой деятельности.

**Задания для самостоятельной работы:**

Используя статистический сборник «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах», проведите анализ торговли в национальной экономике.

### **Тема 2. Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация**

1. Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети.
2. Специализация и типизация магазинов.
3. Классификации розничной торговой сети.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» рассчитайте динамику товарооборота розничной сети по регионам, торговым фирмам или предприятиям (по выбору).

### **Тема 3. Формат розничного торгового предприятия – понятие, систематизация по совокупности признаков, характеристика**

1. Систематизация форматов розничных торговых предприятий по совокупности признаков.

2. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» динамику форматов розничного торгового предприятия.

**Тема 4. Материально-техническая база розничной торговли**

1. Материально-техническая база розничной торговой сети.
2. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» дайте оценку динамики показателей, характеризующих развитие материально-технической базы розничной торговой сети по регионам, торговым фирмам, предприятиям (на выбор).

**Тема 5. Размещение розничного торгового предприятия**

1. Принципы размещения розничной торговой сети.
2. Выбор типа места расположения торгового предприятия
3. Факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия: характеристика их влияния на эффективность деятельности магазина.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» дайте оценку динамики размещения розничных торговых предприятий по регионам, торговым фирмам, предприятиям (на выбор).

**Тема 6. Размещение оптового торгового предприятия**

1. Понятие, экономическая сущность организации торгово-технологического процесса на предприятии..
2. Организация и технология операций по поступлению и приемки товаров в магазин.
3. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» дайте оценку динамики размещения оптовых торговых предприятий по регионам, торговым фирмам, предприятиям (на выбор).

**Тема 7. Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции**

1. Понятие системы торгового обслуживания покупателей.
2. Формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле.
3. Магазинные методы продажи товаров, их характеристика.
4. Внемагазинные методы продажи товаров.
5. Классификация услуг розничной торговли.
6. Общие требования к услугам торговли.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» рассчитайте показатели динамики магазинных и внемагазинных методов продажи товаров в регионах, торговых фирмах и предприятиях коммерческой сферы (по выбору).

## **Тема 8. Формирование ассортимента и обеспечение его устойчивости в розничной торговой сети**

1. Понятие и классификация ассортимента товаров.
2. Свойства и показатели ассортимента товаров.
3. Особенности формирования ассортимента товаров.
4. Формирование и управление товарными запасами.

### **Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» рассчитайте и проанализируйте ассортимент товаров в розничной торговой сети по регионам, коммерческим фирмам и предприятиям (на выбор по два показателя).

## **Тема 9. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий**

1. Сущность товароснабжения и требования к его организации.
2. Формы и этапы товароснабжения.
3. Организация и технология завоза товаров на торговые предприятия.
4. Содержание и виды договоров-контрактов.

### **Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» проанализируйте товароснабжение розничных торговых предприятий по регионам, коммерческим фирмам и предприятиям (на выбор).

## **Тема 10. Роль оптовых посредников в системе товароснабжения**

1. Оптовые торговые предприятия как посредническое звено в системе рыночных отношений.
2. Классификация торгово-посреднических предприятий.
3. Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников.
4. Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников..

### **Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» приведите динамику числа оптовых посредников в системе товароснабжения по регионам, торговым фирмам и коммерческим предприятиям (на выбор).

## **Тема 11. Склады и их роль в коммерческой деятельности**

1. Роль складов в системе товароснабжения.
2. Классификация складов.
3. Виды складских помещений и категории складских площадей.
4. Особенности планировочно - технологических решений.
5. Организация технологических процессов на складе.
6. Методы расчета потребности в складской площади.

### **Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» приведите динамику числа складских помещений в коммерческой деятельности по регионам, торговым фирмам и коммерческим предприятиям (на выбор).

## **Тема 12. Организация перевозок груза**

1. Роль и виды транспорта, используемого для транспортировки грузов в торговле.

2. Особенности функционирования в торговле железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, гужевого транспорта.

3. Техничко-экономические показатели эффективности использования железнодорожного и автомобильного транспортного средства.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» приведите динамику грузоперевозок в коммерческой деятельности по регионам, торговым фирмам и коммерческим предприятиям (на выбор).

**Тема 13. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания**

1. Понятие и содержание транспортно-экспедиционных операций.

2. Понятие и виды тарифов на перевозку товаров различным транспортом.

3. Факторы, влияющие на величину тарифов на перевозку.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» приведите динамику тарифов на перевозку товаров различным транспортом по регионам, торговым фирмам и коммерческим предприятиям (на выбор).

**Тема 14. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия**

1. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью.

2. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

3. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» проанализируйте структуру управления оптовых и розничных торговых предприятий по регионам, торговым фирмам и коммерческим предприятиям (на выбор).

**Тема 15. Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине**

1. Управление технологическим процессом в магазине.

2. Рациональное разделение труда работников магазина.

3. Режим работы и условия труда в магазине.

4. Организация материальной ответственности в магазине.

**Задания для самостоятельной работы:**

На основе статистических данных статистического сборника «Российский статистический ежегодник» или «Россия в цифрах» проанализируйте разделение, режим работы и условия труда работников в магазине, в котором Вы осуществляете покупки.

**3.4 Комплект тестовых заданий для контрольных работ**

1. Под «коммерцией» понимают:

а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;

б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;

в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;

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

2. Какие коммерческие операции обобщают процесс товародвижения?

- а) обобщение информации об объеме и структуре товарного предложения;
- б) обобщение информации розничных предприятий о ходе реализации и конъюнктуры рынка;
- в) обобщение информации об итогах выполнения договорных обязательств поставщиками;
- г) обобщение информации о движении товарных запасов на складах оптовых предприятий

2. Задачей и целью предприятий торговли являются:

- а) рыночное согласование и экономические отношения людей при купле-продаже
- б) удовлетворение спроса населения и получение прибыли
- в) процесс купли-продажи товара и организация процесса продвижения товара на рынки сбыта
- г) организация процесса движения товаров и организация труда в магазине

4. К основным торговым функциям предприятий розничной торговли относят:

- а) изучение покупательского спроса на товары
- б) формирование ассортимента товаров
- в) составление заявок на завоз товаров
- г) хранение товаров
- д) внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров на торговое оборудование в торговом зале

5. Согласно гражданскому кодексу РФ все предприятия в зависимости от основной цели подразделяются на:

- а) основные и дополнительные
- б) производственные и непроизводственные
- в) специализированные и неспециализированные
- г) коммерческие и некоммерческие д) государственные и негосударственные

6. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе формирования хозяйственных связей?

- а) изучение рынка товаров, определение возможных источников закупки, оформление хозяйственных связей, проведение претензионной работы;
- б) изучение рынка товаров, определение возможных источников закупки, определение оптимальных каналов сбыта, оценка собственной конкурентоспособности, выбор формы хозяйственных связей;
- в) изучение рынка товаров, оценка собственной конкурентоспособности, поставка товаров, устранение разногласий по договорам.

9. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются при организации оптовых закупок?

- а) изучение и прогнозирование покупательского спроса, выявление и изучение возможных источников товарных ресурсов, организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками, документальное оформление закупки товаров, организация учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- б) изучение и прогнозирование покупательского спроса, организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками, приемка товаров, складирование

товаров, организация оптовой продажи, организация учета и контроля выполнения договорных обязательств;

в) изучение и прогнозирование покупательского спроса, документальное оформление закупки товаров, осуществление рекламно-информационной деятельности, формирование ассортимента товаров, установление рациональных хозяйственных связей с поставщиками, товароснабжение розничной торговой сети, розничная продажа товаров;

г) изучение и прогнозирование покупательского спроса, выявление возможных товарных ресурсов, проведение претензионной работы, организация комплектования товарных партий, транспортировка товаров, предоставление услуг по хранению товаров.

10. Какие операции относятся к коммерческим?

а) организация закупок и оптовой продажи товаров, предоставление услуг, отпуск товаров со складов оптовых предприятий, хранение товаров, комплектование товарных партий;

б) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, формирование товарного ассортимента, рекламно-информационная деятельность, изучение спроса и конъюнктуры рынка;

в) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, хранение товаров, перегруппировка товаров, транспортировка товаров, документооборот;

г) организация торговых закупок, рекламно-информационная деятельность, доставка товаров в розничную сеть, приемка товаров по количеству и по качеству, хранение товаров.

9. Розничная торговая сеть – это

а) совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей

б) совокупность видов предпринимательской деятельности, увеличивающая ценность товаров и услуг, продаваемых потребителям и предназначенных для личного или семейного использования

в) включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования

г) совокупность большого числа предприятий, различающихся по ряду признаков (ассортименту реализуемых товаров, величине товарооборота, размеру торговой площади)

12. Перечислите основные признаки розничной сети:

а) размещение

б) материально-техническая база

в) стационарность

г) товарно-ассортиментный профиль

д) формы продажи и методы обслуживания

е) установочная площадь магазина

13. Расположите по значимости основные торгово-коммерческие функции предприятия розничной торговли:

а) изучение покупательского спроса



- б) формирование ассортимента товаров
- в) организация закупок и завоза товаров
- г) оказание торговых услуг покупателям д) рекламирование товаров и услуг

12. Последовательность основных технологических функций предприятия розничной торговли:

- а) приемка поступивших товаров по количеству и качеству
- б) хранение товаров
- в) подготовка товаров к продаже путем фасовки, упаковки
- г) внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров д) продажа товаров покупателям, помощь в выборе
- е) выполнение расчетов за товары с покупателями

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

- а) в организации торгового обслуживания покупателей;
- б) в организации товаров;
- в) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- г) в формировании ассортимента товаров.

16. Здания, которые используют для размещения магазина, классифицируют по нескольким признакам:

- а) капитальности сооружения, размещению, особенностям объемно-планировочного решения, материалу стен и конструктивных элементов
- б) по приоритетным направлениям деятельности
- в) степени эффективности производства
- г) региональной принадлежности
- д) материалу стен и конструктивных элементов, капитальности сооружения

15. Минимальная торговая площадь специализированного магазина составляет (кв. метров):

- б) 8; б) 10; в) 18; г) 20; д) 25; е) 50.

17. Минимальная торговая площадь универсама составляет (кв. метров):

- а) 100; б) 200; в) 300 г) 400; д) 500.

17. Магазин типа «Товары повседневного спроса» по ассортиментной направленности является

- а) универсальным;
- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

18. Магазин типа «Дом торговли» по ассортиментной направленности является:

- а) универсальным;
- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

19 Комиссионный магазин является

- а) универсальным;

- б) специализированным;
- в) неспециализированным;
- г) со смешанным ассортиментом.

20 Розничная торговая сеть малого города (численность населения 50 тыс. жителей) может включать:

- а) Универмаг;
- б) Универсам;
- в) Гипермаркет;
- г) Склад-магазин;
- д) Товары повседневного спроса;
- е) Дом торговли;
- ж) Специализированный магазин «Молоко».

21. Мелкорозничная торговая сеть включает:

- е) павильоны;
- ф) в) палатки;
- г) в) киоски;
- h) г) ларьки.

23. Видовая классификация розничных торговых предприятий осуществляется по признаку:

- а) размер торговой площади;
- б) размер общей площади;
- в) величина розничного оборота;
- г) ассортимент товаров.

24. Тип розничного торгового предприятия определяют:

- а) размер общей площади;
- б) состав помещений;
- в) место расположения;
- г) размер торговой площади;
- д) ассортимент товаров;
- е) формы торговли.

24. Кто не относится к субъектам сферы товарного обращения:

- 1) поставщики
- 2) предприниматели
- 3) торговые предприятия
- 4) контролирующие органы

25. Внешняя среда в пределах деятельности торгового предприятия не включает:

- 1) субъекты партнерских связей
- 2) информационно-компьютерное обеспечение
- 3) товарные и фондовые биржи
- 4) действующие законодательные акты

26. Индивидуальное торговое предприятие представляет собой:

- 1) хозяйствующий субъект с правами физического или юридического лица
- 2) коммерческое предприятие с разделенными на доли (вклады) учредителей

- уставными капиталами
- 3) хозяйствующий субъект с правами юридического лица
  - 4) торговое предприятие, акции которого распределяются только среди его учредителей

27. Какая из функций процесса управления коммерческой деятельностью торгового предприятия документально оформляет поступление, приемку, реализацию товаров и их движение:

- 1) планирование
- 2) организация
- 3) учет
- 4) контроль

28. Какая организационная структура предполагает деление организации на элементы и блоки по видам товаров и услуг, группам покупателей или географическим районам в связи с расширением деятельности предприятия диверсификацией производства и изменениями внешней среды:

- 1) линейно-штабная
- 2) линейно-функциональная
- 3) матричная
- 4) дивизиональная

29. Что не является элементом социальной среды торгового предприятия:

- 1) обеспечение ориентации на выработанную стратегию предприятия
- 2) социально-психологическая атмосфера
- 3) условия охраны труда
- 4) социальная защита и социально-бытовое обслуживание

30. Существует несколько видов адаптации коммерсанта-предпринимателя. Какому виду адаптации соответствует определение: «...адаптация – это освоение и восприятие организационного статуса и организационно-экономического механизма торгового предприятия...»:

- 1) профессиональная
- 2) организационная
- 3) психофизиологическая
- 4) социально-психологическая

31. Какому свойству информации соответствует определение «информация должна быть аргументированной и полной при ее получении и выдаче»:

- 1) достоверность
- 2) оперативность
- 3) систематичность
- 4) комплексность

32. Кто является носителями «коммерческих секретов на предприятии»:

- 1) только руководство предприятия
- 2) руководство и весь персонал предприятия
- 3) руководство и служащие, допущенные к коммерческим секретам
- 4) секретари, машинистки, референты

33. Что не составляет коммерческую тайну:

- 1) списки клиентов и продавцов

- 2) документы о платежеспособности
- 3) информация, предоставленная партнерами
- 4) крупные договоры с банками

34. Какой гриф будет на папке с информацией, содержащей служебную тайну:

- 1) «секретно»
- 2) «совершенно секретно»
- 3) «лично»
- 4) «для служебного пользования»

35. Кто принимает решение о наличии действительной или потенциальной коммерческой ценности информации:

- 1) совет директоров
- 2) главный бухгалтер
- 3) руководитель предприятия
- 4) начальник охраны

36. Сведения о товаре, предназначенные для создания потребителю предложения (сведения о привлекательности, потребительских свойствах товара, о пищевой ценности, безопасности, надежности ит.д.) относят к:

- 1) основополагающей информации
- 2) потребительской информации
- 3) коммерческой информации
- 4) словесной информации

37. К формам товарной информации не относят:

- 1) словесную
- 2) цифровую
- 3) изобразительную
- 4) коммерческую

38. Маркировка делится на:

- 1) производственную и торговую
- 2) цифровую и изобразительную
- 3) словесную и цифровую
- 4) цифровую и символьную

39. Третий этап закупочной работы – это...

- 1) изучение и прогнозирование покупательского спроса
- 2) определение потребности в товарах
- 3) выявление и изучение источников закупки, выбор поставщиков
- 4) организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров

40. Альтернативный спрос...

- 1) допускает замену одного товара другим
- 2) не допускает замену одного товара другим
- 3) это спрос на конкретный товар
- 4) возникает спонтанно под воздействием рекламы

41. Какой вид спроса завершается покупкой товара:

- 1) неудовлетворенный
- 2) реализованный

- 3) отложенный
  - 4) формирующийся
42. К методам изучения реализованного спроса относятся:
- 1) учет продаж с применением контрольно-кассовых машин
  - 2) заполнение карточек учета
  - 3) прием заказов от покупателей
  - 4) заполнение контрольных листов
43. К методам изучения реализованного спроса относят:
- 1) методы анкетирования
  - 2) методы непосредственной регистрации продажи товаров
  - 3) балансовый метод
  - 4) методы непосредственной регистрации продажи товаров и балансовый метод
44. Какой из методов не используется для изучения формирующегося спроса:
- 1) выставки-продажи
  - 2) выставки-просмотра
  - 3) изучения длительности пребывания товаров в магазине
  - 4) дегустации
45. По функциональному признаку поставщиков делят на:
- 1) внутриобластные и внеобластные
  - 2) изготовителей, посредников и оптовые предприятия
  - 3) муниципальные, частные и государственные
  - 4) республиканские и нереспубликанские
46. Оптовые рынки...
- 1) осуществляют организацию купли-продажи мелких партий товаров в определенных местах и по определенным ценам
  - 2) поддерживают низкие цены, широкий ассортимент, используют метод самообслуживания
  - 3) являются самостоятельными рыночными мероприятиями, доступными для всех производителей и покупателей в установленных местах и по установленным ценам
  - 4) увеличивают число ступеней промежуточных пользователей продукции
47. Магазин, торгующий товарами 2-3 групп, объединенных общностью спроса, является:
- 1) узкоспециализированным
  - 2) специализированным
  - 3) комбинированным
  - 4) смешанным
48. Какому виду торгового предприятия соответствует описание «работает без особых удобств, ограничен торговыми услугами, имеет простое оборудование»:
- 1) стационарный магазин
  - 2) магазин-склад
  - 3) ларек
  - 4) автомагазин
49. Этот метод продажи товаров основан на свободном доступе покупателей к товарам в торговом зале...
- 1) продажа товаров через прилавки

- 2) продажа товаров по предварительным заказам
- 3) продажа товаров через Интернет
- 4) продажа товаров на основе самообслуживания

50. Товарный ассортимент характеризуется:

- 1) шириной
- 2) глубиной
- 3) насыщенностью
- 4) всем вышеперечисленным

51. Определить число ассортиментных групп в перечне: туалетная вода «А», духи «А», духи «В», зубная паста «А», зубная паста «В», зубная паста «С», шампунь «А», шампунь «В», крем «Х», крем «У», крем «Z»:

- 1) 11
- 2) 6
- 3) 5
- 4) 4

52. Это направление формирования ассортимента заключается в изменении состояния набора товаров за счет уменьшения его ширины и полноты...

- 1) гармонизация
- 2) сокращение
- 3) обновление
- 4) совершенствование

53. К специфичным факторам формирования ассортимента не относят:

- 1) спрос
- 2) материально-техническую базу
- 3) методы стимулирования сбыта
- 4) специализацию торгового предприятия

54. Ассортиментные перечни на оптовых предприятиях разрабатываются:

- 1) два этапа
- 2) три этапа
- 3) четыре этапа
- 4) пять этапов

55. Важнейший фактор, влияющий на процесс формирования товарных запасов – это...

- 1) состояние материально-технической базы торговли
- 2) физические свойства товара
- 3) химические свойства товара
- 4) обеспечение устойчивого предложения товаров

56. К какому торговому посреднику подходит следующее определение: «... - посредник, в обязанности которого входит поиск и формирование сети контрагентов: продавца и покупателя товара»:

- 1) агент
- 2) брокер
- 3) комиссионер
- 4) дилер

57. Мероприятия стимулирования сбыта:

- 1) скидки с цены
- 2) распространение купонов
- 3) премии лучшим торговым работникам
- 4) проведение конкурсов, викторин, лотерей

58. Кто не представляет инфраструктуру рынка, опосредующую коммерческие сделки?

- 1) Ярмарки, выставки, аукционы.
- 2) Банки, биржи.
- 3) Потребители.
- 4) Страховые компании.

59. Внутреннюю среду торгового предприятия не представляют:

- 1) Контрольно-инспекционные органы.
- 2) Финансовые и кадровые службы.
- 3) Производственные, технические и экономические службы.
- 4) Торгово-технологические процессы.

60. Какая организационная форма свойственна для деятельности средних торговых предприятий?

- 1) Индивидуальная.
- 2) Партнерская.
- 3) Корпоративная.
- 4) Все перечисленные формы.

61. Какая из функций процесса управления коммерческой деятельностью торгового предприятия согласует и регламентирует действия исполнителей, участвующих в процессах закупки, продажи и продвижения товаров до потребителей?

- 1) Планирование.
- 2) Организация.
- 3) Учет.
- 4) Контроль.

62. Какая организационная структура у малых торговых предприятий?

- 1) Линейно-функциональная.
- 2) Линейно-штабная.
- 3) Дивизиональная.
- 4) Линейная.

63. Директивный стиль управления торговым предприятием не предполагает:

- 1) Принятие решений руководителем.
- 2) В основе отношений с подчиненными - указания и распоряжения.
- 3) Обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий подчиненными.
- 4) Контроль за выполнением заданий подчиненными.

64. Существует несколько видов адаптации коммерсанта-предпринимателя. Какому виду адаптации соответствует данное определение: ||...адаптация сопровождается включением коммерческого работника во взаимоотношения с коллективом, который обладает определенными традициями...||?

- 1) Профессиональная.
- 2) Организационная.

- 3) Психо-физиологическая.
- 4) Социально- психологическая.

65. Какому свойству информации соответствует определение: —информация должна постоянно накапливаться в достаточном объеме и обновляться||?

- 1) Надежность.
- 2) Оперативность.
- 3) Систематичность.
- 4) Комплексность.

66. Кто является —носителями коммерческих секретов на предприятии?

- 1) Руководство и весь персонал предприятия.
- 2) Только руководство предприятия.
- 3) Секретари, референты, бухгалтеры.
- 4) Руководство и служащие, допущенные к коммерческим секретам.

67. Что не составляет коммерческую тайну?

- 1) Договоры купли-продажи.
- 2) Сведения о численности работающих.
- 3) Информация о сотрудниках.
- 4) Заявки на патенты.

68. Какой гриф будет на папке с информацией, содержащей коммерческие секреты?

- 1) ||Секретно||.
- 2) ||Особой важности||.
- 3) ||Конфиденциально||.
- 4) ||Для служебного пользования||.

69. В каком документе предприятия перечислены сведения, составляющие коммерческую тайну?

- 1) Приказ.
- 2) Распоряжение.
- 3) Инструкция.
- 4) Положение.

70. Сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, относятся к:

- 1) Основополагающей информации.
- 2) Коммерческой информации.
- 3) Потребительской информации.
- 4) Словесной информации.

71. В качестве товарных знаков используют различные формы. Какая форма отражена в виде фигур, линий или их композиций, изображаемых в трехмерном пространстве?

- 1) Изобразительная.
- 2) Словесная.
- 3) Объемная.
- 4) Комбинированная.

72. В зависимости от объекта, информацию о котором они содержат, товарные



знаки делятся на:

- 1) Обыкновенные и престижные.
- 2) Видовые и марочные.
- 3) Индивидуальные и коллективные.
- 4) Фирменные и ассортиментные.

73. Второй этап закупочной работы – это:

- 1) Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
- 2) Определение потребности в товарах.
- 3) Выявление и изучение источников закупки.
- 4) Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками.

74. Импульсный спрос:

- 1) Допускает замену одного товара другим.
- 2) Это опрос на конкретный товар.
- 3) Возникает спонтанно под действием рекламы.
- 4) Не допускает замену одного товара другим.

75. Какой вид спроса не связан с уровнем товарного предложения?

- 1) Отложенный.
- 2) Реализованный.
- 3) Неудовлетворенный.
- 4) Формирующийся.

76. К методам изучения неудовлетворенного спроса относятся:

- 1) учет продажи по отрывным талонам.
- 2) изучение длительности пребывания товара в магазине.
- 3) заполнение карточек учета и приема заказов.
- 4) учет продажи по товарным чекам.

77. Контрольный листок, применяемый для учета неудовлетворенного спроса, заполняет(- ют):

- 1) Покупатель.
- 2) Покупатель и товаровед-коммерсант.
- 3) Продавец.
- 4) Покупатель и заведующий магазином.

78. Какой из методов не используется для изучения формирующегося спроса?

- 1) Продажа опытной партии товаров в розничной торговле.
- 2) Устные и письменные опросы населения.
- 3) Балансовый метод.
- 4) Дегустации.

79. Выбрать способы прямой доставки товаров:

- 1) Торговля через фирменные магазины.
- 2) Торговля через фирменные магазины и развозная (разносная) торговля.
- 3) Развозная (разносная) торговля и почтовая торговля.
- 4) Торговля через фирменные магазины; развозная (разносная) торговля; почтовая торговля.

80. Для какого источника закупки свойственно поддерживать низкие цены, широкий ассортимент и отпускать товары мелкими оптовыми партиями по методу

самообслуживания?

- 1) Оптовая ярмарка.
- 2) Выставка-продажа.
- 3) Магазин-склад.
- 4) Оптовый рынок.

81. Магазин, торгующий продовольственными и непродовольственными товарами, является:

- 1) Специализированным.
- 2) Универсальным.
- 3) Смешанным.
- 4) Комбинированным

82. Розничная торговая сеть включает:

- 1) Стационарные магазины.
- 2) Павильоны, палатки, склады.
- 3) Магазины, склады и автомагазины.
- 4) Все вышеперечисленное.

83. Какой метод продажи товаров удобно применять для крупногабаритных товаров?

- 1) Продажа товаров по образцам.
- 2) Продажа товаров на основе самообслуживания.
- 3) Продажа товаров с открытой выкладкой.
- 4) Продажа товаров через прилавок.

84. Ассортимент – это:

- 1) Перечень названий, терминов, употребляемых в какой-либо отрасли.
- 2) Набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разные потребности.
- 3) Материальная продукция, предназначенная для купли продажи
- 4) Объект торгово-коммерческой деятельности.

85. Какова широта ассортимента (число ассортиментных групп): духи||X||, духи||Y||; туалетная вода||A||, туалетная вода||B||; зубная паста||C||, зубная паста||D||, зубная паста||E||; крем||Q||, крем||Z||?

- 1) 9 ассортиментных групп.
- 2) 3 ассортиментные группы.
- 3) 4 ассортиментные группы.
- 4) 5 ассортиментных групп.

86. Это направление формирования ассортимента заключается в изменении набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны:

- 1) Расширение.
- 2) Обновление.
- 3) Гармонизация.
- 4) Совершенствование.

87. Специфические факторы формирования ассортимента не включают:

- 1) Сырьевую базу.
- 2) Специализацию торгового предприятия.
- 3) Рентабельность.

4) Каналы распределения товаров.

88. Процесс формирования ассортимента товаров на складах оптовых предприятий состоит из:

- 1) 2-х этапов.
- 2) 3-х этапов.
- 3) 4-х этапов.
- 4) 5-ти этапов.

89. Сколько существует форм товароснабжения розничных торговых предприятий?

- 1) две.
- 2) три.
- 3) четыре.
- 4) более четырех.

90. Заключительный этап коммерческой работы торговых предприятий заключается в:

- 1) Оценке ресурсных возможностей продажи товаров.
- 2) Обеспечении условий для выполнения программы продажи товаров.
- 3) Составлении программы планового объема продажи товаров.
- 4) Организации и технологии оптовой и розничной продажи товаров.

91. Мероприятия стимулирования сбыта, направленные на потребителя, не включают:

- 1) Скидки с цены.
- 2) Проведение конференций продавцов.
- 3) Распространение купонов.
- 4) Предоставление бесплатных образцов товаров.

92. Кто не относится к субъектам сферы товарного обращения:

- 1) предприниматели
- 2) торговые предприятия
- 3) посредники
- 4) таможенные посредники

93. Внешняя среда в пределах деятельности торгового предприятия не включает:

- 1) экономические тенденции
- 2) конкурентов
- 3) товарно-материальные ценности
- 4) банки

94. Какая организационно-правовая форма предполагает, что предприятие является личной собственностью одного человека, несущего всю ответственность за свою деятельность. Использование наемного труда исключается:

- 1) индивидуальное предприятие
- 2) семейное предприятие
- 3) частное предприятие
- 4) полное товарищество

95. При управлении коммерческой деятельностью выполняются следующие функции процесса управления:

- 1) планирование и организация

- 2) планирование и организация, учет и контроль
- 3) планирование, учет и контроль
- 4) организация, учет и контроль

96. Если структура управления коммерческой службой включает специализированные группы, то это...

- 1) линейно-функциональная структура
- 2) функциональная структура
- 3) структура управления по товарному признаку
- 4) матричная структура

97. Демократический стиль управления торговым предприятием не предполагает:

- 1) коллективное участие работников в принятии решения
- 2) четкое взаимодействие между работниками
- 3) принятие решений руководителем
- 4) обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий

98. Существует несколько видов адаптации коммерсанта-предпринимателя. Какому виду адаптации соответствует определение: «...адаптация характеризуется овладением профессиональных навыков, формированием собственной роли в коммерческой деятельности и необходимых качеств в зависимости от изменений внутренней и внешней среды»:

- 1) профессиональная
- 2) организационная
- 3) психофизиологическая
- 4) социально-психологическая

99. Какому свойству информации соответствует определение: « информация должна быть конкретной и качественной, чтобы обеспечивать своевременное принятие управленческих коммерческих решений»:

- 1) достоверность
- 2) надежность
- 3) оперативность
- 4) систематичность

110. Как соотносятся между собой понятие «Коммерческая деятельность» и «предпринимательство»:

«коммерческая деятельность» – это тоже, что и «предпринимательство»; предпринимательство – это составная часть коммерческой деятельности; коммерческая деятельность – это составная часть предпринимательства; эти виды деятельности не пересекаются друг с другом.

101. Субъектами коммерческой деятельности являются:

- 1) основные производственные фонды и товарно-материальные ценности;
- 2) лица, выполняющие предпринимательские функции и выполняющие коммерческие решения;
- 3) коммерческие процессы, связанные со сменой форм собственности;
- 4) все перечисленное.

102. Производственные процессы в сфере коммерции:

- 1) отсутствуют;
- 2) включают в себя доставку, хранения, упаковку, сортировку;

3) включают в себя организацию коммерческих связей, изучение спроса, сервисное обслуживание, страхование.

4) 2, 3.

103. К производственным операциям в сфере коммерции не относятся:

- 1) сервисное обслуживание;
- 2) транспортировка;
- 3) хранение;
- 4) упаковка, сортировка.

104. Принцип гибкости в коммерческой деятельности заключается в том, чтобы:

- 1) производить то, что будет куплено;
- 2) учитывать постоянно меняющиеся требования рынка;
- 3) предвидеть возможные убытки;
- 4) выделять приоритеты в коммерческой деятельности.

105. Что из перечисленного не относится к принципам коммерческой деятельности:

- 1) нацеленность на достижение прибыли;
- 2) высокая ответственность за выполнения принятых обязательств;
- 3) проявление личной инициативы;
- 4) закон спроса и предложения.

106. Для обобщения основных свойств коммерческих процессов и коммерческой деятельности используются понятия:

- 1) система, организация, структура, цель, субъекты и объекты;
- 2) собственность, рынок, потребность, ресурсы;
- 3) закупка, продажа, перепродажа, товароснабжение, обслуживание;
- 4) все вышеперечисленное.

107. Что из перечисленного не относится к факторам косвенного воздействия (внешней макросреды)?

- 1) политические факторы;
- 2) экономические факторы;
- 3) научно-технический прогресс;
- 4) конкуренты.

108. Какие решения не являются составной частью ассортиментной политики торгового предприятия?

- 1) о перечне товаров;
- 2) о месте расположения магазина;
- 3) о наборе сопутствующих услуг;
- 4) об атмосфере магазина.

109. Оптимальная ассортиментная концепция предприятия учитывает:

- 1) потребности рынка;
- 2) цели фирмы;
- 3) ресурсы фирмы;
- 4) все перечисленное.

110. Планирование закупочной деятельности не включает в себя:

- 1) исследование рынка сырья и материалов;
- 2) определение потребности в материальных ресурсах;

- 3) составление портфеля заказов;
- 4) стоимостной анализ заготовленной сферы.

111. Прямые закупки материальных ресурсов, как правило, осуществляется:

- 1) при больших объемах потребления;
- 2) небольшими партиями;
- 3) при резких сезонных и конъюнктурных колебаниях цен;
- 4) для обеспечения бесперебойного хода производства (срочные закупки).

112. Завершением процесса сбыта является:

- 1) продажа;
- 2) перепродажа;
- 3) закупка;
- 4) сервисное обслуживание.

113. Планирование сбыта на свободном рынке не включает:

- 1) прогнозирование сбыта;
- 2) выбор каналов сбыта;
- 3) распределение объема сбыта по регионам;
- 4) разработку портфеля заказов.

114. Договор поставки заключается, в случае если покупатель использует товар:

- 1) только в предпринимательской деятельности;
- 2) в целях, не связанных с личным семейным, домашним и иным подобным использованием;
- 3) в любых целях, если поставщик является предпринимателем.
- 4) все перечисленное

115. Существенными условиями договора поставки являются:

- 1) порядок поставки товаров;
- 2) имущественная ответственность;
- 3) наименование и количество товаров;
- 4) сроки исполнения обязательств.

116. Односторонний отказ от исполнения договора поставки допускается:

- 1) при существенном нарушении договора другой стороной;
- 2) при любом нарушении договора другой стороной;
- 3) только по решению суда;
- 4) в любое время при условии осуществления взаиморасчетов между сторонами.

117. Какой порядок расчетов между предприятиями и организациями разрешается законодательством РФ?

- 1) только безналичный;
- 2) только наличный;
- 3) как безналичный, так и наличный.

118. Контрагентами фирмы могут быть:

- 1) покупатели ее продукции;
- 2) продавцы (поставщики);
- 3) конкуренты;

119. Если покупатель, получивший твердое предложение, полностью согласен с его условиями, то он направляет продавцу:

- 1) акцепт;
- 2) договор;
- 3) контракт;
- 4) оферту.

120. Транзитная поставка – это:

- 1) форма оптовой продажи;
- 2) метод складской продажи;
- 3) разновидность розничной продажи;
- 4) разновидность прямой продажи.

121. Какой метод розничной продажи является и наиболее трудоемким?

- 1) самообслуживание;
- 2) индивидуальное обслуживание через прилавок;
- 3) по образцам;
- 4) с открытой выкладкой.

122. Товародвижение представляет собой:

- 1) процесс движения продукции по каналу сбыта;
- 2) совокупность операций, связанных с физическим перемещением товаров от изготовителя к потребителю.
- 3) совокупность мероприятий по продвижению товаров;
- 4) все перечисленное.

123. В систему товародвижения не включается:

- 1) сервисное обслуживание;
- 2) складская переработка продукции;
- 3) выполнение транспортных операций;
- 4) управление запасами.

124. К методам косвенного государственного регулирования относится:

- 1) государственный заказ;
- 2) программно-целевое регулирование;
- 3) налоговая политика;
- 4) государственный контроль.

125. К источникам самофинансирования торговых предприятий можно отнести:

- 1) кредиты;
- 2) прибыль;
- 3) амортизационные отчисления;
- 4) государственные инвестиции.

126. Сумма денежных средств, полученных от реализации продукции, за вычетом стоимости ее приобретения у поставщиков – это:

- 1) объем продаж;
- 2) валовой доход;
- 3) чистая прибыль;
- 4) маржинальная прибыль.

127. Товарные биржи подразделяются по характеру операций на:

- 1) специализированные и универсальные.
- 2) государственные, региональные, республиканские, краевые и областные.
- 3) на открытые и закрытые.
- 4) на биржи реального товара и фьючерсные биржи.

128. Диверсификация-это:

- 1) способ снижения коммерческого риска
- 2) вариант конкурентной борьбы на рынке
- 3) сбор информации об участниках рынка
- 4) вид договора между контрагентами

129. В качестве основного критерия оценки эффективности крупного торгового предприятия используется:

- 1) прибыль;
- 2) рентабельность по капиталу;
- 3) рентабельность по товарообороту;
- 4) товарооборот на 1 работника.

130. Лицензия – это:

- 1) документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг;
- 2) специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении установленных требований и условий, выданное уполномоченным органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю;
- 3) документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

131. Открытое акционерное общество отличается тем, что:

- 1) имеет неограниченное число членов (более 50);
- 2) минимальный уставной капитал составляет не менее 100 минимальных размеров оплат труда;
- 3) вправе проводить открытую подписку на выпускаемые акции;
- 4) акционеры имеют преимущественное право на приобретение акций общества

132. Общество с ограниченной ответственностью наделено:

- 1) правом собственности на имеющиеся имущество;
- 2) правом хозяйственного ведения на закрепленное за ним имущество;
- 3) правом оперативного управления на закрепленное за ним имущество.

133. Фьючерсная сделка – это сделка,

- 1) связанная с уступкой прав на будущую передачу прав и обязанностей в отношении биржевого товара или контракта на поставку биржевого товара;
- 2) связанная со взаимной передачей прав и обязанностей в отношении стандартных контрактов на поставку биржевого товара;
- 3) связанная со взаимной передачей прав и обязанностей в отношении реального товара с отсроченным сроком его поставки;
- 4) связанная со взаимной передачей прав и обязанностей в отношении реального товара.



134. Стандарт – это:

- 1) документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг;
- 2) специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении установленных требований и условий, выданное уполномоченным органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю;
- 3) документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

3.5. Деловая игра по теме «Размещение розничного торгового предприятия».

Сценарий учебно-деловой игры «Размещение розничного торгового предприятия»

1. Проспект игры.

Цели проведения игры:

- закрепление знаний по теме «Размещение розничного торгового предприятия»;
- способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях (ОПК-2).
- системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров (ПК-4)

Действие игры происходит на совещании различных групп пользователей аналитической информации. В процессе игрового эксперимента управленческий персонал предприятия должен доказать выгодность того или иного варианта размещения розничного торгового предприятия.

В игре моделируется деятельность различных групп пользователей экономической информации.

2. Сценарий игры.

1 Этап. Организация игры.

Занятие теме «Размещение розничного торгового предприятия». Цель занятия: закрепление практических навыков размещения розничного торгового предприятия. Форма проведения – учебно-деловая игра. Студенты должны показать свое умение анализировать исходные данные, группировать их, определять показатели группировки. Результаты работы студентов на занятии и при выполнении домашнего задания оцениваются по рейтинговой системе. Максимально за занятие студент может набрать 30 баллов. В том числе домашнее задание 6 баллов, работа группы 14 баллов, тестирование 10 баллов. Набранные баллы определяют оценку за занятие: 27-30 баллов оценка «5», 24-26 баллов – оценка «4», 21-25 баллов – оценка «3». Для работы группа была разбита на 5 подгрупп. Каждая подгруппа будет представлять определенных пользователей информации о показателях оценки размещения розничного торгового предприятия.

2. Этап. Проверка домашнего задания.

Выполняется анализ группировки исходных данных и определение системы статистических показателей на примере торгового предприятия. Производится знакомство с этим предприятием и условиями его производственно-экономической деятельности. Домашнее задание оценивается в 6 баллов.

Каждая группа подготовила презентацию по заданной теме:

Госорганы «Характеристика отрасли»,

Собственники «Общая характеристика предприятия»,

Управленческий персонал «Характеристика внутренней среды»,

Деловые партнеры «Характеристика внешней среды»,  
Консультанты «Информационное обеспечение».

3. Этап. Инструктаж по предстоящей работе.

Консультационная группа разработала группировку показателей по признаку «Производительность труда».

Предоставляется слово консультационной группе.

Выступление группы.

Предлагается группировка показателей по признаку «Производительность труда».

Каждая группа формирует систему показателей по признаку «Производительность труда» по полученным исходным данным. Каждая группа обращает внимание на анализе именно тех показателей, которые интересуют соответствующую группу пользователей информации.

4. Этап. Выполнение задания на компьютере.

Исходные данные и расчетные таблицы подготовлены студентами в ходе практических работ. В подготовленные таблицы студенты вносят новые данные и на основе таблиц формируют свои выводы и предложения.

5. Этап. Защита работ.

Каждая группа выступает со своими выводами по результатам проведенного анализа, другие группы задают вопросы.

6. Этап. Подведение итогов работы.

Студенты выполняют тест.

Подводятся итоги тестирования.

Подводятся итоги всей работы на уроке с использованием рейтинга.

3. Игровая обстановка.

В игре участвуют представители государственных органов (налоговые органы, органы государственной статистики), управленческий персонал предприятия (руководитель, главный бухгалтер, представители отделов и служб), деловые партнеры (представители поставщиков, покупателей, кредитной организации), собственники предприятия (акционеры), проектно-техническая группа.

В качестве домашнего задания студенты готовят доклады и компьютерные презентации, позволяющие осуществить погружение в игровую обстановку (характеристика отрасли, анализируемого предприятия, внутренней и внешней среды, средств анализа). Для анализа выбирается предприятие, знакомое в общих чертах всем студентам группы. Студентам предоставляется годовой отчет данного предприятия и дополнительные материалы, материалы периодической печати.

Для контроля работы каждой группы и знаний студентов экспертная группа ведет рейтинговый лист. Входной контроль осуществляется при помощи тестирования.

3.6. Операционная игра по теме «Розничная торговая сеть ее понятие экономическая сущность, классификация».

1. Описание игры.

Применяется операционная игра с двумя игроками (агентами): Оперирующая сторона (предприятие) и Контрагенты. Рассматриваются только экономические операции. Множества используемых операций состоит обоих рассматриваемых игроков. Моделирование игрового процесса проводится в виде однопродуктовой модели. Функцией выигрыша каждого игрока считаются наилучшие показатели динамики финансовых показателей деятельности предприятия.

Оперирующая сторона может быть разбита на свои подразделения, которые при этом становятся самостоятельными игроками при сохранении исходного игрока, отстаивающего их совместные интересы. Взаимодействие возникающей при этом иерархии игроков между собой можно рассматривать в виде иерархической игры с участием дополнительного игрока Контрагенты со своими интересами. Этот игрок в

свою очередь может быть представлен различными способами в виде нескольких игроков, каждый из которых стремится к максимизации показателя динамики финансовых показателей деятельности предприятия. Одним из удобных и естественных его представлений является замена этого игрока на игроков Государство (совокупность органов власти государства, резидентом которого является рассматриваемое предприятие или корпорация), Домашние хозяйства (резидентные домашние хозяйства того же государства), Бизнес (совокупность иных предприятий того же государства), Внешний мир (совокупность контрагентов, не являющихся резидентами государства оперирующей стороны). Возможны и более мелкие разбиения, при которых, например, игрок Бизнес превратится в игроков Покупатели (Заказчики), Продавцы (Поставщики), Кредиторы, Инвесторы, Иные. В соответствии с выбранным разбиением определяются и те операции, в которых участвует каждый из игроков. При любом выборе состава игроков их взаимодействие будет являться операционным игровым взаимодействием.

Процедуры решения.

Операционное игровое описание предоставляет целый ряд новых возможностей. Значительно упрощается процесс вариантного имитационного моделирования рассматриваемых производственно-экономических процессов, изменение данных по формам № 1 «Бухгалтерский баланс» и №2 «Отчет о финансовых результатах», характеристик и управлений операций позволяет моделировать весьма широкое многообразие сценариев. Появляются возможности гибкого моделирования инновационных процессов и договорных взаимодействий, динамики количественного и качественного состояния персонала предприятия.

Решается задача сопоставления ожидаемой эффективности различных организационных структур предприятия путем построения операционных игровых моделей производственно-экономической деятельности первого игрока (рассматриваемого предприятия, т.е. оперирующей стороны) для каждой из сопоставляемых организационных структур. Оргструктура при этом определяется соответствующей ей иерархической структурой составных частей первого игрока (предприятий и их подразделений), процедурами принятия решений всех типов и соответствующими этим процедурам информационными потоками между составными частями. Эффективность оргструктуры определяется тем, в какой мере она способна обеспечить устойчивый рост совокупных активов рассматриваемого предприятия при его функционировании в той экономической среде контрагентов, в которой она реально находится. Эта среда характеризуется использованием различных концепций ее агрегированного представления в виде конечного числа агентов (игроков). При этом корректная и содержательная оценка «качества» каждого из рассматриваемых вариантов оргструктуры требует имитационного моделирования с оценкой динамики совокупных активов значительного числа сценариев операционного игрового взаимодействия.

Методика получения сценарных прогнозов.

Формирование сценариев (инерционного, оптимистического и пессимистического), подлежащих проигрыванию и анализу с целью построения необходимого прогноза развития комплекса на заданном отрезке времени. Для того, чтобы сформировать сценарий необходимо конкретизировать стратегии поведения (выбора своих управлений в процессе игрового взаимодействия в виде синтеза) игроков и ожидаемую реализацию неопределенных факторов. Конкретизация сценария при решении рассматриваемых задач построения прогнозов развития предприятия в случае максимально агрегированной модели с игроками Предприятие, Государство, Бизнес, Домашние хозяйства. Конкретизировать стратегию поведения игрока Государство в данном случае означает определить перечень, облагаемые базы и ставки налогов, кредитную и инвестиционную политику и политику размещения заказов государства применительно к рассматриваемому промышленному комплексу. Конкретизировать

стратегию поведения игрока Бизнес означает определить ожидаемые цены и объемы закупок продукции и услуг этим игроком у оперирующей стороны, продажи им оперирующей стороне необходимых ей сырья, материалов, электроэнергии, образовательных и здравоохранительных услуг. Конкретизировать стратегию поведения игрока Домашние хозяйства означает определить ожидаемые условия предоставления этим игроком оперирующей стороне трудовых ресурсов и приобретения у оперирующей стороны производимых ею продукции и услуг. Конкретизировать реализацию неопределенных факторов означает определить ожидаемые в данном сценарии индексы потребительских и иных цен, ожидания в части реализации возможных форс-мажорных обстоятельств, влияющих на производственно-экономическую деятельность оперирующей стороны. Конкретизация перечисленных факторов означает формирование полного сценарного условия данного сценария. Когда это условие сформировано, остается конкретизировать стратегию поведения оперирующей стороны. Она может вести себя оптимально с позиций своего критерия эффективности, рационально, нерационально, непредсказуемо.

Результаты игры.

Конкретизируя в рамках используемой операционной игровой модели инерционный, оптимистический и пессимистический сценарии моделируется в пошаговом режиме такт за тактом соответствующий каждому сценарию операционный игровой процесс. В результате этого рассчитываются показатели финансовых результатов деятельности предприятия в динамике на отрезке игрового взаимодействия с проведением необходимых сопоставлений.

3.7. Ситуационная задача по теме «Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции».

Этапы решения задачи.

1. Постановка задачи. Произвести расчет средних значений группированных показателей.

2. Определение условий и ограничений. Торговые предприятия.

3. Выбор метода решения. Метод средней арифметической взвешенной.

4. Определение алгоритма решения.

Средняя арифметическая взвешенная:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i},$$

где  $x_i$  – значение показателя  $i$ -й группы предприятий;

$f_i$  - число предприятий  $i$ -й группы.

5. Представление результата решения задачи в виде количественных показателей, графиков, формул, графически изображенных структур;

Таблица 1. Сводные данные по группировке

Показатели	Группы			В среднем по совокупности
	I	II	III	
Число предприятий	3	2	3	8
Производительность труда работника в год, млн. руб.	11,0	12,6	19,7	16,5
Товарооборот, млн. руб.	217099	59318	343812	98246

6. Формулирование выводов.

Средние показатели по совокупности предприятий определяются значениями средних показателей предприятий, составляющих 2-ю группу.

### 3.8. Ситуационная задача по теме «Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий».

Этапы решения задачи.

1. Постановка задачи. Определить пределы, в которых находится средний вес изделия в генеральной совокупности с вероятностью 0,997 по следующим данным:

Число изделий в выборочной совокупности  $n=210$  шт.;

Вес изделия в выборочной совокупности  $\tilde{x}=30$  гр.;

Средне квадратическое отклонение по весу  $\sigma=8$  гр.

2. Определение условий и ограничений. При  $\rho=0,997$ ,  $t=3$ .

3. Алгоритм решения.

Средний вес изделия в генеральной совокупности:

$$\bar{x} = \tilde{x} + \Delta x,$$

где  $\Delta x$  - средняя ошибка выборки.

Средняя ошибка выборки:

$$\Delta x = t \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}}.$$

4. Производство расчетов.

$$\Delta x = 3 \sqrt{\frac{8^2}{210}} = 1,7 \text{ гр.}$$

Верхний предел:  $\bar{x}_1 = \tilde{x} + \Delta x = 30 + 1,7 = 31,7$  гр.;

Нижний предел:  $\bar{x}_2 = \tilde{x} - \Delta x = 30 - 1,7 = 28,3$  гр.;

7. Формулирование выводов.

С вероятностью 0,997 можно утверждать, что средний вес изделий в генеральной совокупности находится в пределах от 28,3 до 31,7 гр.

### 3.9. Ситуационная задача по теме «Управление торгово - технологическим процессом и организация труда в магазине».

Этапы решения задачи.

1. Постановка задачи. Определить взаимосвязь производительности труда и трудоемкости по данным группировки задачи 1.

2. Определение условий и ограничений. Торговые предприятия.

3. Выбор метода решения. Метод корреляционно-регрессионного анализа.

4. Определение алгоритма решения.

Определение спецификации зависимости производительности труда и трудоемкости по уравнению прямой линии:  $Y_x = a + bx$ .

Расчет коэффициентов регрессии методом наименьших квадратов.

$$b = \frac{\overline{yx} - \bar{y} \cdot \bar{x}}{\overline{x^2} - \bar{x}^2};$$
$$a = \bar{y} - b \cdot \bar{x}.$$

5. Производство расчетов.

$$b = \frac{12,5 - 14,43 \cdot 0,9}{0,19} = \frac{-0,487}{0,19} = -2,563.$$

$$a = 14,43 - (-2,563 \cdot 1,70,9) = 16,74.$$

Таблица 1. Корреляционно-регрессивный анализ производительности труда и трудоемкости

Группы п/п по производительности труда	Средняя производительность труда, млн. руб./год у	Средняя трудоемкость апроизводства единицы продукции по группам, чел. час. х	у <sup>2</sup>	х <sup>2</sup>	УХ	У <sub>х</sub> =а+вх
I гр.	11,0	0,82	121,00	0,7	9,0	15,10
II гр.	12,6	1,45	158,76	2,1	18,3	11,28
III гр.	19,7	0,52	388,09	0,3	10,2	16,92
Итого	43,3	2,79	667,85	0,453	37,5	43,3
В среднем	14,43	0,9	222,62	1,0	12,5	х

6. Представление результата решения задачи.

Уравнение зависимости средней производительность труда от средней трудоемкости имеет вид:  $\tilde{y}_x = 16,74 - 2,563 x$ .

7. Формулирование выводов.

При изменении средней трудоемкости на 1 челю-час. производительность труда снижается в среднем на 2,563 млн. руб.

### 3.10. Ситуационная задача по теме «Склады и их роль в коммерческой деятельности».

Этапы решения задачи.

1. Постановка задачи. Рассчитать темпы роста денежной массы по данным о движении денежной массы, млн. руб.

Показатель	Базисный период	Текущий период
Денежная масса:		
на начало года	550	840
на конец года	1100	1560

2. Выбор метода решения. Метод коэффициентов.

3. Определение алгоритма решения.

1). Темп роста базисный:

$$\text{Тр}(\bar{b}) = \frac{y_i}{y_{0(\text{баз})}} - 100,$$

где  $y_i$  – уровень сравниваемого периода;

$y_0$  (баз) – уровень базисного периода.

2). Темп роста цепной:

$$\text{Тр}(\bar{ц}) = \frac{y_i}{y_{i-1}} - 100,$$

где  $y_{i-1}$  – уровень предшествующего периода;

4. Производство расчетов.

Темп роста денежной массы в базисном периоде:

$$\text{Тр}(\text{б}) = \frac{1100}{550} * 100 = 200\%.$$

Темп роста денежной массы в текущем периоде

$$\text{Тр}(\text{б}) = \frac{1560}{840} * 100 = 185,7\%.$$

Темп роста денежной массы в текущем периоде по сравнению с базисным периодом.

на начало периода:

$$\text{Тр}(\text{ц}) = \frac{840}{550} * 100 = 152,7\%.$$

на конец периода:

$$\text{Тр}(\text{ц}) = \frac{1560}{1100} * 100 = 141,8\%.$$

5. Формулирование выводов.

Денежная масса на конец базисного периода выросла по сравнению с началом периода в 2 раза, т. е составила 200% от начала базисного периода.

Денежная масса на конец текущего периода составила 185,7% от начала текущего периода.

Денежная масса на начало текущего периода составила 152,7% от начала базисного периода.

Денежная масса на конец текущего периода составила 152,7% от денежной массы на конец базисного периода.

### 3.11. Ситуационная задача по теме «Организация перевозок груза».

Этапы решения задачи.

1. Постановка задачи. Произвести индексный анализ товароборота по сельскохозяйственным предприятиям на основе следующих данных группировки.

Исходные данные для анализа

Численность работников, чел		Производительность труда в год, млн. руб.		Товароборот, мдн. руб.			Индивидуальный индекс производительности труда
Iгр	IIIгр	Iгр	IIIгр	Iгр	IIIгр	Условный	
S <sub>0</sub>	S <sub>1</sub>	Y <sub>0</sub>	Y <sub>1</sub>	Y <sub>0</sub> S <sub>0</sub>	Y <sub>1</sub> S <sub>1</sub>	Y <sub>0</sub> S <sub>1</sub>	i <sub>y</sub>
1967	17441	11,0	19,7	216447	343587,7	191851	1,791
7							

3. Выбор метода решения. Индексный метод.

4. Определение алгоритма решения.

Взаимосвязь индексов:

$$I_{SY} = I_{\bar{y}} \times I_S; \quad I_{\bar{y}} = I_y \times I_{CTP}; \quad I_{SY} = I_y \times I_S.$$

1). Общий индекс товароборота:

$$I_{SY} = \frac{\sum y_1 S_1}{\sum y_0 S_0}.$$

2). Общий индекс численности работников:

$$I_{p_{\text{шт}}} = \frac{\sum S_1}{\sum S_0}.$$

3). Общий индекс средней производительности труда:

$$I_{\bar{y}} = \frac{\sum y_1 S_1}{\sum S_1} \div \frac{\sum y_0 S_0}{\sum S_0}.$$

4. Производство расчетов.

1). Общий индекс товарооборота:

$$I_{sy} = \frac{343587,7}{216447} = 1,5874.$$

2). Общий индекс размера численности работников:

$$I_{p_{\text{шт}}} = 17441/19677 = 0,88636.$$

3). Общий индекс средней производительности труда:

$$I_{\bar{y}} = 9,7/11,0 = 1,791.$$

5. Формулирование выводов.

Товароборот в торговых предприятиях увеличился в 3-й группе по сравнению с 1-й группой в 1,587 раза.

### **3.12. Перечень терминов для изучения дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью»**

**АГЕНТ** — лицо, уполномоченное учреждением, предприятием для выполнения деловых поручений по снабжению.

**АГЕНТСКИЕ ОПЕРАЦИИ** — совершение фактических и юридических действий, связанных с продажей или покупкой товара на оговоренной территории по поручению одной стороны (принципала) независимой от нее другой стороной (агентом) за счет и от имени принципала.

**АККРЕДИТИВ** - обязательство банка, возникающее по поручению клиента, произвести поставщику платеж на основании предоставленных документов, подтверждающих выполнение условий договора.

**АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО (КОРПОРАЦИЯ)** — организационная форма объединения финансовых средств предприятия, организации и отдельных лиц (акционеров) путем выпуска в обращение и продажи акций. Акционерное общество признается юридическим лицом и отвечает по обязательствам в пределах принадлежащего ему имущества.

**АКЦЕПТ** - принятие предложения заключить договор.

**Акцепт** - согласие адресата, данное в установленный срок, заключить договор на условиях предложенных оферентом.

**АКЦИЯ** — ценная бумага, свидетельствующая о внесении определенного пая в фонд акционерного общества. Дает ее владельцу право на получение части прибыли в форме дивиденда, а также на участие в управлении делами акционерного общества.

**АРЕНДА** — имущественный заем, договор о предоставлении имущества, земельной площади, помещений и т.п. Во временное пользование (срок оговаривается договором аренды) за плату. Аренда не влечет за собой изменения права собственности.

**АРЕНДНАЯ ПЛАТА** — вознаграждение, взимаемое арендодателем с арендатора за сданное во временное пользование имущество, помещение или землю. Величина



арендной платы включает амортизационные отчисления от стоимости арендованного имущества и часть дохода от использования имущества, устанавливаемую на договорной основе, но, как правило, не ниже банковского процента.

**АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ** — набор различных товаров, их видов и разновидностей, объединенных по какому-либо признаку. Торговый ассортимент — набор товаров, предлагаемых к продаже.

**АССОРТИМЕНТ УСЛУГ ТОРГОВЛИ** - набор различных услуг торговли, объединенных или сочетающихся по определенным признакам.

**АССОРТИМЕНТНАЯ СТРУКТУРА ТОВАРООБОРОТА** - соотношение отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота, выраженное в процентах.

**АССОРТИМЕНТНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТОВАРОВ** - часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже.

**АУДИТ** - проверка, ревизия, анализ хозяйственной деятельности.

**БАЛАНС БУХГАЛТЕРСКИЙ** — соотношение взаимосвязанных показателей (в денежном выражении) деятельности предприятия, его процесса расхода и прихода. Сгруппирована в сводную таблицу, характеризующую размещение, источник и назначение средств на отчетную дату. Состоит из двух частей: левая — актив, правая — пассив. Итоги актива и пассива должны быть равны.

**БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРА** - состояние товара в обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, при котором риск вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя ограничен допустимым уровнем.

**БЕЗОПАСНОСТЬ УСЛУГИ ТОРГОВЛИ** - комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество потребителя.

**БИЗНЕС** — хозяйственная деятельность (дело), приносящая доход или дающая другую выгоду.

**БОНУС** — 1) дополнительное вознаграждение, премия; 2) дополнительная скидка, предоставляемая продавцом в соответствии с условиями сделки или отдельного соглашения.

**БЮДЖЕТ** — финансовый план образования и использования денежных фондов предприятия; роспись денежных доходов и расходов предприятия на определенный период.

**ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ** — часть валового дохода предприятия, которая остается у него за вычетом всех расходов; показатель, характеризующий конечный финансовый результат деятельности торгового предприятия и представляющий собой сумму прибыли от реализации товаров, услуг, имущества и сальдо доходов и расходов от внеэкономических операций.

**ВАЛОВОЙ ДОХОД** — денежная выручка предприятия, полученная от реализации продукции и услуг за определенный период (год); показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами по их приобретению за определенный период времени.

**ВЕКСЕЛЬ** – это безусловное письменное долговое обязательство строго установленной законом формы, дающее его владельцу (векселедателью) беспорочное право по наступлении срока требовать от должника уплаты обозначенной в векселе денежной суммы.

**ВЕРТИКАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА (ВМС)** – структура канала распределения, в которой производители, оптовые и розничные торговцы действуют как единая система.

**ВИД ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ** - предприятие розничной торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров. Различают

универсальные, специализированные магазины, магазины с комбинированным, а также смешанным ассортиментом товаров.

**ВИД ТОВАРОВ** - совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением. Примером конкретного вида товаров являются костюм, платье, куклы, сапоги, телевизор, холодильник, видеомаягнитофон, кровать, творог и т.п.

**ВЫСТАВКИ** - показ товаров, намечаемых к производству или уже освоенных в целях ознакомления с ними потенциальных потребителей, а также для рекламы и пропаганды достижений.

**ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА** - я соглашение между несколькими организациями одного уровня канала распределения о совместных действиях с целью использования появляющиеся при этом новые маркетинговые возможности.

**ГРУППА ТОВАРОВ** - совокупность товаров определенного класса, обладающих общностью происхождения, исходного материала, особенностей производства и использования, а также сходным составом потребительских свойств и показателей. Продоовольственные товары подразделяют на следующие группы: хлебобулочные, мясные, рыбные, молочные, пищевые жиры, яичные, кондитерские, плодоовощные, виноводочные, табачные изделия: непродоовольственные товары – на группы: изделия из пластмасс, товары бытовой химии, стеклянные, керамические, строительные, мебельные, металлохозяйственные, электротовары, бытовые электромашины и приборы, текстильные, швейные, трикотажные, обувные, пушно-меховые и овчинно-шубные, галантерейные, парфюмерно-косметические, ювелирные товары и часы, товары культурно-бытового назначения.

**ГРУППОВОЙ АССОРТИМЕНТ**- ассортимент товаров, объединенных по общим признакам в определенные совокупности товаров. Совокупностью товаров является класс, группа, вид товаров.

**ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ** — непрерывное движение денег в процессе купли-продажи товаров и услуг.

**ДЕПОЗИТ** — 1) вклады в банках, сберегательных кассах; — 2) ценные бумаги, переданные на хранение в кредитные учреждения.

**ДЕФИЦИТ (ТОВАРОВ И УСЛУГ)** — нехватка требуемых населению товаров народного потребления и услуг, вызванная недостаточным их производством, а также низким качеством, узким ассортиментом.

**ДИВИДЕНД** — доход (прибыль), получаемый владельцем акций по результатам деятельности акционерного общества.

**ДОКУМЕНТ (СВИДЕТЕЛЬСТВО)** — материальный носитель информации, предназначенный для ее обработки и передачи во времени и пространстве. Содержащиеся в документе сведения должны быть удобны для обработки человеком или машиной и иметь в соответствии с действующим законодательством правовое значение.

**ЕМКОСТЬ ТОВАРНОГО СКЛАДА** - характеристика помещений основного производственного назначения, выражающая их вместимость при выбранном способе хранения товаров.

**ЕСТЕСТВЕННАЯ УБЫЛЬ** - товарные потери, обусловленные естественными процессами, вызывающими изменение количества товара. Изменение количества товара может произойти за счет усушки, утруски, утечки, распыла и т.д.

**ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ДЕБИТОРСКАЯ** — сумма долгов, причитающихся предприятию, организации, учреждению от юридических или физических лиц по итогам их хозяйственных взаимоотношений.

**ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КРЕДИТОРСКАЯ** — сумма денежных средств предприятия, организации, учреждения, подлежащая уплате соответствующим юридическим и физическим лицам.

**ЗАКАЗ НА ПОСТАВКУ** - договор между предприятиями, по которому предприятие-поставщик (изготовитель продукции) обязуется передать предприятию-покупателю в установленный срок продукцию согласованного между ними ассортимента, количества и качества. Покупатель обязуется принять и оплатить ее.

**ЗАКУПОЧНАЯ ЦЕНА** - цена сельскохозяйственной продукции, закупаемой изготовителями у производителей по договорам контрактации.

**ЗВЕННОСТЬ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ** - количество складских звеньев, через которые проходит товар при его продвижении от производителя к потребителю как на основе перехода прав собственности на товар, так и без него.

**ИЗДЕРЖКИ ОБРАЩЕНИЯ (ТОРГОВЫЕ ИЗДЕРЖКИ)** - денежная оценка затрат, произведенных продавцом в процессе продвижения товаров к покупателю за определенный период времени различают материальные, финансовые, трудовые и иные затраты.

**ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ** — периодическая проверка наличия числящихся на балансе предприятия ценностей, их сохранности и правильности хранения.

**ИНВЕСТИЦИИ** — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и другой деятельности, в результате которой образуется доход (прибыль) или достигается социальный эффект.

Таковыми ценностями являются:

- 1) денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги;
- 2) движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности);
- 3) интеллектуальные ценности;
- 4) права пользования землей и другими природными ресурсами и т.д.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ** – продавец обслуживает каждого конкретного покупателя и помогает ему в выборе покупке, консультирует в вопросах пользования товаром, упаковывает и отпускает товар. Предусматриваются все формы расчета с покупателями, послепродажное обслуживание, бесплатная доставка по желанию покупателя, возврат товара.

**ИНДОССАМЕНТ** — передаточная подпись на векселях, чеках, коносаментах и некоторых других ценных бумагах, которой оформляется передача прав по этим документам от одного лица (индоссанта) другому.

**ИНДОССАНТ** - лицо, передающее вексель по индоссаменту.

**ИНДОССАТ** - лицо, получающее вексель по индоссаменту.

**ИНКАССО** — банковская операция снятия денежных сумм со счета покупателя на основании расчетных документов обслуживаемого клиента и по его поручению.

**ИНТЕНСИВНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ** – метод сбыта, при котором организация стремится обеспечить запасы своих продуктов в возможно большем числе торговых точек, чтобы сделать их доступными для потребителей в том месте и в то время, когда у них возникла потребность купить эти продукты.

**ИПОТЕКА** - залог недвижимости (земли, строений, сооружений и т.д.) В качестве обеспечения денежной ссуды (займа), ипотечного кредита.

**КАЧЕСТВО ТОВАРА** - совокупность потребительских свойств товара.

**КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - совокупность характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей. Измеряется уровнем торгового обслуживания.

**КВОТА** — доля в общем производстве или сбыте, устанавливаемая в рамках соглашения для каждого участника,

**КИОСК** - оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас.

**КЛАСС ТОВАРОВ** - совокупность товаров, объединенных общностью использования. Класс товаров может быть представлен, например, товарами хозяйственного и бытового назначения, товарами спортивного назначения, культтоварами и т.п.

**КОММЕРЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ (ПРОЦЕССЫ)** - это все покупки товаров, совершаемые или в целях их последующей (пере-)продажи в том же виде, или после их доработки и доведения до необходимого качественного состояния, или даже просто в целях сдачи их в аренду, напрокат.

**КОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ** – это организация, деятельность которой состоит как в добыче (извлечении), производстве, так и просто в покупке и последующей продаже (в обмен на деньги или другие товары) с целью получения в конечном итоге дохода (выгоды, прибыли).

**КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА ПРЕДПРИЯТИЯ** — сведения, связанные с производством, управле-нием, финансами и другой деятельностью предприятия, и разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб его интересам.

**КОНКУРЕНЦИЯ** — соперничество между товаропроизводителями за лучшие, экономически более выгодные условия производства и сбыта товаров.

**КОНОСАМЕНТ** — документ, подтверждающий принятие груза к перевозке и обязывающий перевозчика передать груз грузополучателю.

**КОНСУЛЬТАТИВНАЯ ПРОДАЖА ТОВАРОВ** – покупателей обслуживает продавец, являющийся одновременно и консультантом. Используется при предоставлении инжиниринговых услуг, в строительстве, информатике.

**КОНТРАКТ** — письменный договор, соглашение, устанавливающее права и обязанности для договаривающихся сторон и сроки их действия.

**КОНЬЮНКТУРА** — сложившаяся на рынке экономическая ситуация, характеризующаяся соотношением между спросом и предложением, уровнем цен, товарных запасов и т.п.

**КОЭФФИЦИЕНТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СКЛАДСКОГО ОБЪЕМА** - показатель, характеризующий отношение грузового объема склада к складскому объему.

**КОЭФФИЦИЕНТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СКЛАДСКОЙ ПЛОЩАДИ** - показатель, характеризующий отношение грузовой площади товарного склада к складской площади.

**КРЕДИТ** — предоставление денег или товаров в долг на срок на условиях возвратности и, как правило, с уплатой процента.

**КРЕДИТОСПОСОБНОСТЬ** - наличие предпосылок для получения кредита, способность возратить его.

**КУЛЬТУРА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала. Характеристики культуры торгового обслуживания — вежливость, чуткость, компетентность, доступность персонала для покупателей, уровень мастерства работников, комфорт, эстетика предоставления услуги и т.п.

**ЛИКВИДНОСТЬ** — мобильность активов предприятия, обеспечивающая своевременную оплату их обязательств.

**МАГАЗИН** - специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже.

**МАГАЗИН С КОМБИНИРОВАННЫМ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ** - предприятие розничной торговли, реализующее несколько различных групп товаров, связанных общностью спроса и близких по потребительскому назначению.

**МАГАЗИН СО СМЕШАННЫМ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ** - предприятие розничной торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.

**МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ТОРГОВЛИ** - совокупность средств производства, выступающих в форме реальных активов торговых предприятий, обеспечивающих процессы купли-продажи и товародвижения.

**МЕЛКОФОРМАТНАЯ РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ** - торговая сеть, осуществляющая розничную торговлю через павильоны, киоски, палатки, а также передвижные средства развозной и разносной торговли. К передвижным средствам развозной и разносной торговли относятся торговые автоматы, автолавки, автомагазины, тележки, лотки, корзины и иные специальные приспособления.

**МЕТОДЫ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ** - совокупность приемов и способов, с помощью которых осуществляется процесс продажи товаров. Различают методы розничной продажи: самообслуживание покупателей, продажа товаров через прилавок, с открытой выкладкой товаров и по образцам.

**НЕУСТОЙКА** — сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или некачественного исполнения обязательства.

**НОРМАТИВ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДЬЮ** - показатель, выраженный установленной торговой площадью на 1000 жителей.

**НОРМАТИВ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ** - оптимальный размер товарных запасов, обеспечивающий бесперебойную продажу товаров при минимуме затрат. Для определения норматива товарных запасов определяют два взаимосвязанных показателя; уровень и оборачиваемость товарных запасов.

**НОРМЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ УБЫЛИ** - предельный размер товарных потерь, устанавливаемый нормативными документами по конкретному виду товара.

**ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТЬЮ** - показатель, характеризующий фактическое наличие розничных торговых предприятий в расчете на 1000 жителей.

**ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ СКЛАДСКОЙ ПЛОЩАДЬЮ** - показатель, характеризующий фактическое наличие складской площади в расчете на 1000 жителей.

**ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНА** - площадь всех помещений магазина. В состав общей площади магазина входят все надземные, цокольные и подвальные помещения, включая галереи, тоннели, площадки, антресоли, ramпы и переходы в другие помещения.

**ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ТОВАРНОГО СКЛАДА** - площадь всех помещений склада. В состав общей площади товарного склада входят все надземные, цокольные и подвальные помещения, включая галереи, тоннели, площадки, антресоли, ramпы и переходы в другие здания.

**ОБЪЕМ ПРОДАЖ** - объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени.

**ОПТОВАЯ (ТОРГОВАЯ) СЕТЬ** – торговая сеть, представленная предприятиями оптовой торговли.

**ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ** — совокупность организаций, которые приобретают и (или) хранят товары крупными партиями и перепродают их розничной торговле, другим торговым организациям и (или) организациям-потребителям.

**ОПТОВАЯ ЦЕНА (ОТПУСКНАЯ ЦЕНА)** - цена товара, реализуемого продавцом или поставщиком покупателю с целью его последующей перепродажи или профессионального использования.

**ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ (ОБОРОТ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ)** - объем продажи товаров производителями и/или торговыми посредниками покупателям для дальнейшего использования в коммерческом обороте.

**ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**-это систематизированное, сознательное объединение действий людей, преследующих достижение определенных целей и действующих на основе определенных правил и процедур.

**ОФЕРТА** - предложение заключить договор.

**ПАВИЛЬОН** - оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

**ПАЛАТКА (ЛАРЕК))** – легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещения для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещается товарный запас только на один день торговли.

**ПАРАДОКСАЛЬНАЯ (ГРУППОВАЯ) ПРОДАЖА ТОВАРОВ** – основана на выслушивании, проявлении взаимопонимания, выявления общих точек зрения, что является предпосылкой для реализации товара. Продавец выполняет роль хозяйки, ведущей.

**ПЕРЕВОДНЫЙ ВЕКСЕЛЬ (ТРАТТА)** – это письменный документ, содержащий безусловный приказ векселедателя (кредитора) плательщику об уплате указанной в векселе денежной суммы третьему лицу или его приказу.

**ПЕРЕГОВОРЫ** – это деловое взаимное общение с целью достижения совместного решения.

**ПЕШЕХОДНАЯ ДОСТУПНОСТЬ МАГАЗИНА** - установленное расстояние от магазина до центра жилой застройки, обеспечивающее рациональное размещение розничной торговой сети.

**ПЛАНИРОВАНИЕ** — процесс формирования целей, определение приоритетов, средств и методов их достижения. План — результат планирования, мотивированная модель действий, созданная на основе конъюнктурного прогноза экономической среды и поставленных целей.

**ПЛАТЕЖНОЕ ПОРУЧЕНИЕ** - письменное распоряжение владельца счета банку о перечислении определенной денежной суммы с его счета на счет другого предприятия – получателя средств в том же или другом одногороднем или иногороднем учреждении банка.

**ПЛАТЕЖНОЕ ТРЕБОВАНИЕ-ПОРУЧЕНИЕ** – требование поставщика к покупателю оплатить на основании приложенных к нему отгрузочных и товарных документов стоимость поставленных по договору продукции, выполненных работ, оказанных услуг.

**ПЛОЩАДЬ ТОРГОВОГО ЗАЛА МАГАЗИНА** - часть торговой площади магазина, включающая установочную площадь магазина, площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей.

**ПОДСОБНАЯ ПЛОЩАДЬ ТОВАРНОГО СКЛАДА** - площадь складских помещений подсобного назначения.

**ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ТОВАРА** - количественная характеристика одного или нескольких потребительских свойств товара, рассматриваемая применительно к условиям его потребления.

**ПОКУПАТЕЛЬ** - юридические и физические лица, использующие, приобретающие, заказывающие либо имеющие намерение приобрести или заказать товары и услуги.

**ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ АКЦЕПТ** – форма акцепта, при которой плательщик обязан по каждому расчетному документу, содержащему требование поставщика на оплату, заявить в письменной форме либо свое согласие на оплату, либо отказ от акцепта.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ** – это товары, купленные для удовлетворения личных потребностей.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ СВОЙСТВО ТОВАРА** - свойство товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей.

**ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ АКЦЕПТ** - форма акцепта, при которой плательщик свое согласие на оплату требования поставщика дает до списания денег с его счета. При этом расчетный документ считается акцептованным, если плательщик не заявил банку отказ в течение трех рабочих дней.

**ПРЕДПРИЯТИЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ** - торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывающее услуги по организации оптового оборота товаров.

**ПРЕДПРИЯТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ** - торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования. Для ведения хозяйственной деятельности розничные торговые предприятия используют магазины, павильоны, киоски и палатки.

**ПРЕЙСКУРАНТ ЦЕН** — справочник цен на продукцию, товары и разного рода услуги.

**ПРИБЫЛЬ** — форма чистого дохода предприятия, обобщающий показатель его деятельности.

**ПРИБЫЛЬ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ** - показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности и определяемый как превышение валового дохода за вычетом обязательных платежей, над издержками за определенный период времени. Обязательным платежом является, например, налог на добавленную стоимость, акцизы.

**ПРИБЫЛЬ ЧИСТАЯ** — прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты налогов и других платежей в бюджет. Поступает в его полное распоряжение. Предприятие самостоятельно определяет направления использования чистой прибыли.

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ** — научно обоснованное предвидение возможного состояния экономического положения предприятия, методов и сроков его достижения.

**ПРОДАВЕЦ (ОПЕРАТОР)** - организация или индивидуальный предприниматель, реализующие товары и оказывающие услуги покупателю по договору купли-продажи. В торговле данное понятие используется также для обозначения профессии торгового работника.

**ПРОДАЖА ТОВАРОВ (РЕАЛИЗАЦИЯ ТОВАРОВ)** - передача покупателю товаров на определенных условиях.

**ПРОДАЖА ТОВАРОВ ПО ОБРАЗЦАМ** – покупатели самостоятельно или с помощью продавца знакомятся с выставленными в торговом зале образцами товаров. После выбора и оплаты товара он может быть доставлен на дом покупателю или вручен непосредственно со склада магазина.

**ПРОДАЖА ТОВАРОВ ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫМ ЗАКАЗАМ** – покупатели предварительно заказывают необходимые товары из числа имеющихся в продаже и получают их в обусловленное время в магазине, на дому или по месту работы.

**ПРОДАЖА ТОВАРОВ ПО ТЕЛЕФОНУ** – активная, свободная продажа товаров, когда продавец зазывает клиента, рекламируя товар по телефону. Используется для реализации товаров через торговых агентов.

**ПРОДАЖА ТОВАРОВ С ОТКРЫТОЙ ВЫКЛАДКОЙ** – покупатели знакомятся с ассортиментом товаров самостоятельно, а продавец проверяет качество, дает консультации, упаковывает и отпускает товар.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА НА РЫНОК** — любая форма сообщений, используемых предприятием для информации, убеждения, напоминания о своих товарах и услугах. Формы сообщений: фирменные названия, упаковка, витрины магазинов и т.п. Деятельность по продвижению; реклама, стимулирование сбыта (выставки, демонстрации), паблисити.

**ПРОМЫШЛЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ (ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ)** – ассортимент товаров, вырабатываемый отдельной промышленностью или отдельным промышленным предприятием.

**ПРОСТОЙ ВЕКСЕЛЬ (СОЛО-ВЕКСЕЛЬ)** - письменный документ, содержащий простое и ничем не обусловленное обязательство векселедателя (должника) уплатить определенную сумму денег в определенный срок и в определенном месте получателю средств или его приказу.

**ПРОЦЕНТ** — плата, которую уплачивает заемщик кредитору за пользование ссудой. Размер процента зависит от вида кредита, его срока, своевременности погашения полученных ссуд.

**ПРОЦЕСС ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торговых предприятий.

**РАЗНОВИДНОСТЬ ТОВАРОВ** - совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков. Представляется в виде конкретных марок, моделей, артикулов, сортов.

**РАСЧЕТНЫЙ ЧЕК** – это документ установленной формы, содержащий безусловный письменный приказ чекодателя своему банку о перечислении определенной денежной суммы с его счета на счет получателя средств (чекодержателя).

**РЕКЛАМА** — сообщение о конкретном товаре, услуге.

**РЕМИТИРОВАНИЕ** — способ погашения задолженности с помощью римессы.

**РИМЕССА** — платёжный документ (тратта, чек, денежный перевод), пересылаемый должником своему кредитору в погашение задолженности.

**РОЗНИЧНАЯ (ТОРГОВАЯ) СЕТЬ** - торговая сеть, представленная предприятиями розничной торговли.

**РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА** - цена товара, реализуемого непосредственно населению для личного, семейного, домашнего использования по договору розничной купли-продажи.

**РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ (ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ)** - объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования. В состав розничного товарооборота включается также продажа товаров организациям (санаториям и домам отдыха, больницам, детским садам и яслям, домам для престарелых), через которые осуществляется совместное потребление товаров. Такая продажа может производиться как по безналичному, так и за наличный расчет.

**РЫНОК** — сфера товарного обмена, где возникают и реализуются отношения, связанные с процессом купли-продажи, и имеет место конкретная хозяйственная деятельность по поводу продвижения товаров и услуг от их производителей к потребителям. Рынок - организация, создающая условия для ведения торгов на основе договоров купли-продажи.

**РЫНОЧНАЯ СТОИМОСТЬ** — текущая цена на товар, ценные бумаги, валюту, а. Также уровень цен, по которым они могут быть куплены или проданы.

**САЛЬДО** — разность между денежными поступлениями и расходами за определенный промежуток времени. Содержание сальдо зависит от назначения счета, например, сальдо счета кассы — остаток наличных денег в кассе предприятия.

**САМООБСЛУЖИВАНИЕ** – покупатели самостоятельно осматривают, отбирают и доставляют отобранные товары к единому узлу расчета. Предусматриваются типовое торговое оборудование, минимум услуг.



**САМОФИНАНСИРОВАНИЕ** —финансирование воспроизводства предприятия за счет собственных доходов от реализации продукции.

**СЕЛЕКТИВНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ** – метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число торговых точек.

**СИСТЕМА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - целостное единство взаимосвязанных элементов, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания.

**СИФ (СТОИМОСТЬ, СТРАХОВАНИЕ, ФРАХТ)** — в продажную цену включает-ся непосредственно цена самого товара, а также затраты на страхование и расходы по транспортировке товара до порта назначения.

**СКИДКИ** — суммы, выделяемые продавцом товара различным покупателям с целью расширения рынка сбыта, покрытия отдельных затрат, увеличения количества реализуемого товара.

**Скидки бонусные**— предоставляются постоянным покупателям, если они за определенный период приобретают обусловленное количество товара.

**Скидки за количество закупленного товара** — уменьшение цены для покупателей, приобретающих большое количество товара.

**Скидки за платеж наличными** — уменьшение цены для покупателей, которые оперативно оплачивают счета.

**Скидки сезонные** — уменьшение цен для потребителей, совершающих внесезонные покупки товаров или услуг.

**Скидки специальные** — делаются для тех покупателей, в которых фирма особенно заинтересована.

**СКЛАДСКАЯ ПЛОЩАДЬ ТОВАРНОГО СКЛАДА** - площадь складских помещений основного производственного назначения.

**СКЛАДСКАЯ ФОРМА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ** - форма товародвижения от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников.

**СКОРОСТЬ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - среднее время, затрачиваемое на обслуживание одного покупателя.

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН** – предприятие розничной торговли, реализующее товары двух-трех групп, объединенных общностью спроса.

**СПРОС** — платежеспособная потребность покупателей, т.е. Обеспеченная деньгами часть потребностей покупателя в товарах, а также услугах, реализуемых в товарной форме.

**ССУДА** — предоставление денег займа за определенную плату, устанавливаемую обычно в процентах к сумме выданной ссуды.

**ССУДНЫЙ ПРОЦЕНТ** — получаемая кредитором от заемщика плата за использование денежной ссуды.

**СТРАХОВАНИЕ** - заключение договора, при котором страховщик принимает на себя обязательство возместить страхователю в пределах страховой суммы убытки, происшедшие вследствие наступления события, предусмотренного договором страхования.

**СТРУКТУРА АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ** - соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе. Как правило, для наглядности структура ассортимента выражается в процентах.

**СУБЪЕКТ ТОРГОВЛИ:** - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, занимающиеся торговлей и зарегистрированные в установленном порядке.

**ТАРИФ** — плата за различные услуги производственного и непроизводственного характера, предоставляемые предприятию. Тариф — разновидность цены.

**ТИП ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ** – предприятие розничной торговли, определенного вида, классифицированное по торговой площади и формам

торгового обслуживания покупателей. Типом предприятия розничной торговли являются: универсам, универсам, магазин «Ткани», магазин «Продукты» и т.д.

**ТОВАР** — продукт деятельности, предназначенный для продажи (реализации); любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи.

**ТОВАРНАЯ МАРКА** — имя, знак, символ или их сочетание, которые обозначают продукцию или услуги, предлагаемые потребителю.

**ТОВАРНЫЙ ЗАПАС** – это совокупность товарной массы, находящейся в сфере обращения и предназначенной для продажи.

**ТОВАРНЫЕ ЗАПАСЫ В ДНЯХ ОБОРОТА (УРОВЕНЬ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ)** - относительный показатель обеспеченности торговли товарными запасами на определенную дату, показывающий на сколько дней торговли хватит товарных запасов.

**ТОВАРНЫЕ ПОТЕРИ** - потери товаров при их перевозке, хранении и реализации.

**ТОВАРНЫЕ РЕСУРСЫ** - продукция, производимая внутри страны и завозимая по импорту, предназначенная для продажи населению, снабжения социальных учреждений и спецконтингента потребителей, переработки и хозяйственных нужд, а также создания товарных запасов.

**ТОВАРНЫЙ СКЛАД** – организация, обеспечивающая и/или осуществляющая хранение, подготовку к продаже и отпуск товаров оптовым покупателям. Товарный склад может функционировать и как структурное подразделение предприятия оптовой торговли.

**ТОВАРОДВИЖЕНИЕ** - доведение товара от производителя до конечного потребителя или вне рыночного потребителя.

**ТОВАРООБОРАЧИВАЕМОСТЬ** - время обращения среднего товарного запаса за определенный период.

**ТОВАРОСНАБЖЕНИЕ** – комплекс мероприятий по доведению товара от производителя в места его потребления или продажи, включая транспортировку, хранение, совершение сделок с потребителем.

**ТОВАРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ** - товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного, домашнего использования) не связанного с предпринимательской деятельностью.

**ТОВАРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ** - товары, предназначенные для продажи юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям с целью их использования в хозяйственной деятельности. К товарам производственного назначения относятся, например, технологическое оборудование, строительно-дорожная техника, транспортные машины общего пользования, топливно-сырьевые товары и т.п.

**ТОРГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ** - сведения о товаре или услуге, изготовителе, продавце, предусмотренные законодательством и доводимые до покупателя с целью ознакомления с товаром и особенностями его использования.

**ТОРГОВАЯ НАДБАВКА (ТОРГОВАЯ НАЦЕНКА)** - элемент цены продавца, обеспечивающий ему возмещение затрат по продаже товаров и получение прибыли.

**ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНА** - площадь торговых помещений магазина, включающих торговый зал и помещения для оказания услуг.

**ТОРГОВАЯ РЕКЛАМА** - распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о торговом предприятии, товарах и услугах, предназначенная для неопределенного круга лиц и способствующая реализации товаров.

**ТОРГОВАЯ СЕТЬ** – совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением.

**ТОРГОВАЯ СКИДКА** - скидка с цены товара, предоставляемая продавцом покупателю в связи с условиями сделки и в зависимости от текущей конъюнктуры рынка.

**ТОРГОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ** - деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги.

**ТОРГОВОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ** - добровольное договорное объединение, созданное торговыми предприятиями, сохраняющими свою самостоятельность и права юридического лица, для координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов, и являющееся некоммерческой организацией.

**ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ** – имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли. Имущественный комплекс включает земельные участки, здания. Сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, долги, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др.

**ТОРГОВЫЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ** - ассортимент товаров, представленный в торговой сети.

**ТОРГОВЫЙ ДОМ (ДОМ ТОРГОВЛИ)** - многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внеэкономическую сферы.

**ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС** – совокупность торговых предприятий. Реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности. Под функциями хозяйственного обслуживания понимается инженерное обеспечение (электроосвещение, тепло- и водоснабжение, канализация, средства связи); ремонт зданий, сооружений и оборудования, уборка мусора, охрана торговых объектов, организация питания служащих и т.п.

**ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР** - совокупность торговых предприятий и/или предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг, расположенных на определенной территории, спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомашин.

**ТРАНЗИТНАЯ ФОРМА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ** - форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи или потребления, минуя склады посредников.

**ТРАТТА** - переводной вексель, письменный приказ кредитора (трассанта) заемщику (трассату) уплатить определенную сумму денег третьему лицу — держателю векселя (ремитенту).

**УЗКОСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН** – предприятие розничной торговли. Реализующее одну группу товаров или ее часть.

**УНИВЕРСАЛЬНЫЙ МАГАЗИН** - предприятие розничной торговли, реализующее универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров.

**УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ** - создание и поддержание запасов товаров соответствующего ассортимента и в соответствующем количестве, необходимых для удовлетворения запросов потребителей.

**УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ** - это воздействие на его структурные составляющие или подразделения.

**УРОВЕНЬ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДЬЮ** - отношение фактической обеспеченности населения торговой площадью к нормативной, выраженное в процентах.

**УСЛОВИЯ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - совокупность факторов, воздействующих на покупателя в процессе торгового обслуживания.

**УСЛУГА ТОРГОВЛИ** - результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

**УСТАНОВОЧНАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНА** - часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

**ФИНАНСЫ ТОРГОВО ОРГАНИЗАЦИИ** — это система денежных отношений в сфере обращения, посредством которых происходит образование и использование целевых фондов денежных средств.

**ФИРМА** — 1) Обозначение делового предприятия или организации; 2) Фирма — это партнерство.

**ФОб (СВОБОДЕН НА БОРТУ СУДНА)** — в цену реализации включается непосредственно цена самого товара, а также транспортные и другие расходы до момента его доставки и погрузки на борт судна, зафрахтованного покупателем.

**ФОРМА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ** - организационный прием доведения товаров до покупателей. Различают магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.

**ФОРМА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ** - организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производителя в места продажи или потребления.

**ФОРМА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ** - организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей. Примером формы торгового обслуживания может быть салонное обслуживание покупателей, индивидуальное обслуживание через прилавок, индивидуальное обслуживание продавцом-консультантом в магазинах самообслуживания.

**ЧЕК** – письменное распоряжение плательщика своему банку уплатить с его счета держателю чека определенную денежную сумму.

**ЦЕНА** — денежное выражение стоимости товара.

**ЦЕНА ДИСКРИМИНАЦИОННАЯ** — уровень цен одного и того же товара, устанавливаемый без учёта разницы в уровнях издержек.

**ЦЕНА ДОГОВОРНАЯ** — цена, устанавливаемая по договорённости между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции,

**ЦЕНА СКОЛЬЗЯЩАЯ** — применяется в контрактах с длительными сроками поставок, в течение которых экономические условия производства товаров могут существенно меняться.

**ЦЕНА ТВЁРДАЯ** — согласовывается при заключении контракта и не подлежит изменению в ходе его выполнения.

**ЦЕННЫЕ БУМАГИ** — денежные документы, определяющие взаимоотношения между лицом, выпустившим эти бумаги, и их владельцами и предусматривающие, как правило, выплату дохода в виде дивиденда или процентов, а также возможность передачи денежных и иных прав, вытекающих из этих документов, другим лицам.

**ЧЕК** — письменное распоряжение покупателей или заказчиков своим банкам выплатить указанную в чеке сумму предъявителю (лицу, предприятию) или по их приказу другим юридическим или физическим лицам.

**ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ** - часть валовой прибыли, которая остается в распоряжении торгового предприятия после уплаты в бюджет налога на прибыль.

**ЭКСПОЗИЦИОННАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНА (ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНА)** – суммарная площадь горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового оборудования, используемого для показа и демонстрации в торговом зале.

**ЭКСКЛЮЗИВНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ** – метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число посредников, которым на их территории сбыта дается исключительное право реализации продуктов производителя.

**ЯРМАРКА** - самостоятельное рыночное мероприятие, доступное для всех товаро-производителей-продавцов и покупателей, организуемое в установленном месте и на установленный срок с целью заключения договоров купли-продажи и формирования региональных, межрегиональных и межгосударственных хозяйственных связей.

### **3.13 Перечень тем курсовых работ**

1. Основные направления совершенствования коммерческой деятельности оптовой фирмы.
2. Содержание коммерческой деятельности в оптовой торговле и пути ее улучшения.
3. Организация хозяйственных связей в оптовой торговле и их эффективность.
4. Изучение и прогнозирование покупательского спроса и конъюнктуры рынка сбыта товаров.
5. Роль коммерческой деятельности в повышении качества торгового обслуживания населения, эффективности торговли и ее конкурентоспособности.
6. Показатели эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
7. Организация коммерческой деятельности оптовых рынков.
8. Закупка товаров на оптовых рынках.
9. Продажа товаров на оптовом рынке.
10. Особенности коммерческой деятельности мелкооптового магазина-склада.
11. Эффективность продажи товаров на мелкооптовом магазине-складе.
12. Оптовые торговые услуги и направления их расширения.
13. Формирование товарных ресурсов оптового предприятия на современном этапе.
14. Формирование ассортимента товаров в предприятиях оптовой торговли и пути его улучшения.
15. Управление товарными запасами в предприятиях оптовой торговли и пути его улучшения.
16. Коммерческая работа оптового предприятия по закупке товаров и ее эффективность.
17. Коммерческая работа оптовой фирмы по продаже товаров и пути ее совершенствования.
18. Методы оптовой продажи товаров со складов оптового предприятия и пути их совершенствования.
19. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров в залах товарных образцов.
20. Прямые хозяйственные связи кооперативных организаций и предприятий с промышленностью и их эффективность.
21. Организация хозяйственных связей оптового предприятия с розничными поставками товаров.
22. Организация оптовой торговли продовольственными товарами и пути её совершенствования.
23. Развитие маркетинговой деятельности оптовых фирм.
24. Организация автоматизированных рабочих мест коммерческих работников оптовых фирм.
25. Организация мелкооптовой посылочной торговли и пути повышения её

эффективности.

26. Организация работы оптовой фирмы.
27. Организация рекламы в оптовой торговле.
28. Организация экспортно-импортных торговых операций потребительской кооперации.
29. Организация коммерческой работы в райпо.
30. Характеристика организационно-экономических и правовых принципов работы торгового предприятия в условиях аренды.
31. Организация хозяйственных связей райпотребсоюза с малыми предприятиями и производственными кооперативами по поставкам товаров.
32. Роль рекламы в маркетинговой деятельности.
33. Рекламные службы в торговле.
34. Организация и функционирование оптовых ярмарок, эффективность их проведения.
35. Организация коммерческой работы на товарных биржах.
36. Организация работы товарных бирж.
37. Порядок закупки товаров на товарной бирже.
38. Порядок ведения биржевой торговли.
39. Расширение хозяйственных взаимоотношений торговых предприятий с брокерскими фирмами.
40. Реклама внемагазинная и внутримагазинная.
41. Пути совершенствования ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях.
42. Реклама в розничной торговле и её эффективность.
43. Организация работы совместных предприятий.
44. Организация работы малого предприятия.
45. Организация договорных отношений при проведении экспортно-импортных операций.
46. Изучение и прогнозирование спроса на непродовольственные товары в условиях рынка.
47. Организация посылочной торговли.
48. Организация оперативного учета и контроля выполнения поставок товаров.
49. Отличительные особенности коммерческой деятельности предприятий различных форм собственности.
50. Расширение хозяйственных взаимоотношений розничных торговых предприятий с поставщиками товаров.
51. Пути совершенствования коммерческой деятельности фирмы по розничной продаже товаров.
52. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
53. Организация деятельности таможни и перспективы ее совершенствования.
54. Организация хозяйственных связей розничного торгового предприятия с поставщиками по закупке товаров и их сравнительный анализ.
55. Формирование ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли и пути его совершенствования.
56. Организация коммерческой деятельности фирм по розничной продаже товаров и пути ее совершенствования.
57. Управление товарными запасами в розничной торговой сети и пути его улучшения.
58. Организация коммерческой деятельности оптово-розничных рынков.
59. Организация хозяйственных связей производственных предприятий с

оптовыми покупателями по поставкам товаров и их регулирование.

60. Направление совершенствования маркетинговой деятельности производственных предприятий.

61. Методы розничной продажи товаров и их эффективность.

62. Развитие дополнительных услуг и их влияние на результаты коммерческой деятельности торговых предприятий.

63. Новые формы бизнеса и направления их развития.

64. Торговые дома, направления совершенствования их деятельности.

65. Пути развития коммерческой деятельности производственного предприятия по сбыту продукции.

66. Организация коммерческой деятельности предприятия общественного питания.

67. Направления совершенствования коммерческой деятельности производственного предприятия.

68. Организация коммерческой деятельности производственного предприятия по закупкам сырья и пути ее совершенствования.

69. Направления расширения комплекса сервисных услуг и их экономическая эффективность.

70. Направления развития маркетинговой деятельности в торговом бизнесе и их влияние на экономические результаты работы.

71. Анализ и пути совершенствования хозяйственных связей производственных предприятий с оптовыми покупателями.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

4.1. Критерии рейтинговых оценок по курсу «**Организация и управление коммерческой деятельностью**»

<i>Зачётная оценка</i>	<i>Рейтинговая оценка успеваемости</i>
оценка «отлично»	<b>80-100 баллов</b>
оценка «хорошо»	60-79 баллов
оценка «удовлетворительно»	45-59 баллов
оценка «неудовлетворительно»	менее 45 баллов

#### **Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля**

Форма промежуточной аттестации	Количество баллов, не более				
	Текущий контроль	Рубежный контроль	Итоговый контроль	Сумма баллов	Поощрительные баллы
Экзамен	50	30	20	100	10

4.2. Оценивание качества письменного ответа при промежуточной аттестации обучающегося (экзамене)

#### **Ожидаемые результаты:**

Демонстрация **знания** теоретических основ статистики коммерческой деятельности; статистических показателей, характеризующих товародвижение, товарооборот, товарные запасы, экономическую эффективность и риск коммерческой деятельности.

**Умения** применять на практике статистические показатели, характеризующие коммерческую деятельность;

**Владения** навыками сравнительного анализа статистических показателей коммерческой деятельности и их экономической интерпретации.

Экзамен по результатам изучения учебной дисциплины «Статистика коммерческой деятельности» осуществляется по экзаменационным билетам, включающим 2 теоретических вопроса и две задачи. Оценка по результатам экзамена выставляется по следующим критериям:

- правильный ответ на первый вопрос – 7 б.;
- правильный ответ на второй вопрос – 8 б.;
- правильное решение задачи 1 – 10 б.;
- правильное решение задачи 2 – 15 б.

В случае частично правильного ответа на вопрос или решение задачи, студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

#### **4.3. Оценивание качества ответов на вопросы индивидуального задания:**

##### **Ожидаемые результаты:**

- умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного направления экономической мысли;
- умение обобщать теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

##### **Критерии оценки:**

- соответствие предполагаемым ответам;
- продемонстрирована способность анализировать и обобщать информацию.

##### **Пороги оценок:**

**3 балла** - полные и правильные ответы на все поставленные теоретические вопросы, корректная формулировка понятий и категорий.

**2 балла** - недостаточно полные и правильные ответы, несущественные ошибки в формулировке категорий и понятий, небольшие шероховатости в аргументации.

**1 балл** - ответы включают материалы, в целом правильно отражающие понимание студентом тем курса, допускаются неточности в раскрытии части категорий, неправильные ответы на 1 -2 вопроса.

**0 баллов** - неправильные ответы на 3 и более вопросов, большое количество существенных ошибок.

#### **4.4. Оценивание работы обучающегося на практических занятиях**

##### **Ожидаемый результат:**

Демонстрация **знания** теоретических основ статистики коммерческой деятельности; статистических показателей, характеризующих товародвижение, товарооборот, товарные запасы, экономическую эффективность и риск коммерческой деятельности.

**Умения** применять на практике статистические показатели, характеризующие коммерческую деятельность;

**Владения** навыками сравнительного анализа статистических показателей коммерческой деятельности и их экономической интерпретации.

##### **Критерии оценки:**

- Активное участие в обсуждении вопросов семинара,
- самостоятельность ответов,
- свободное владение материалом,
- полные и аргументированные ответы на вопросы семинара,
- твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы,
- полностью выполненная самостоятельная работа по теме семинара.



### **Пороги оценок:**

**1 балл** - активное участие в обсуждении вопросов семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы.

**0,5 балла** - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинаре, неполное знание дополнительной литературы.

**0 баллов** - пассивность на семинаре, частая неготовность при ответах на вопросы, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

## **4.5. Оценивание работы обучающегося при выполнении курсовой работы**

### **Ожидаемые результаты:**

- умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного направления экономической мысли;

- умение обобщать теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

### **Критерии оценки:**

- соответствие содержания заданию;
- выполнение задач курсовой работы;
- достижение цели выполнения курсовой работы;
- продемонстрирована способность анализировать и обобщать информацию.

### **Пороги оценок:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью раскрыл тему, решил поставленные задачи, достиг цель выполнения курсовой работы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он не совсем полностью раскрыл тему, решил большую часть поставленных задач.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если не полностью раскрыл тему, частично решил поставленные задачи.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не раскрыл тему, не решил поставленные задачи, не достиг цель выполнения курсовой работы.

## **4.6. Оценивание обучающегося в работе круглого стола**

### **Ожидаемые результаты:**

- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников;

- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений;

- умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы;

- способность к публичной коммуникации (ведения дискуссии на профессиональные темы).

### **Критерии оценки** участия студента в круглом столе, дискуссии:

- обучающийся продемонстрировал, что усвояемый материал понят (приводились доводы, объяснения, доказывающие это);

- обучающийся постиг смысл изучаемого материала (может высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию);

- обучающийся может согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

#### **Пороги оценок:**

**1 балл** - активное участие в дискуссии, аргументированное мнение по проблемным вопросам с использованием знания лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, Интернет ресурсов.

**0,5 балла** - меньшая активность в дискуссии, недостаточно аргументированное мнение по проблемным вопросам с использованием знания лекционного курса, рекомендованной обязательной литературы.

**0 баллов** - пассивность, частая неготовность высказать собственное мнение по проблемным вопросам дискуссии.

#### **4.7 Оценивание участия обучающихся в деловой игре**

##### **Ожидаемые результаты**

- способность эффективно работать в команде;
- полнота знаний теоретического контролируемого материала.

**Оценка участия обучающихся в деловой игре осуществляется по следующим критериям:**

- владение терминологией;
- демонстрация владения учебным материалом по теме игры,
- умение работать в группе.

##### **Пороги оценок:**

**2 балла** - ясность, четкость изложения;

**3 балла** — аргументированность выводов;

**2 балла** - качество ответов на вопросы

**2 балла** - применение экономических знаний

**0 баллов** - пассивность, частая неготовность высказать собственное мнение по проблемным вопросам.

#### **4.8. Оценивание участия обучающихся в операционной игре**

##### **Ожидаемые результаты**

- способность эффективно работать в команде;
- полнота знаний теоретического контролируемого материала.

**Оценка участия обучающихся в операционной игре осуществляется по следующим критериям:**

- владение терминологией;
- демонстрация владения учебным материалом по теме игры,
- умение работать в группе.

##### **Пороги оценок:**

**2 балла** - ясность, четкость изложения;

**3 балла** — аргументированность выводов;

**2 балла** - качество ответов на вопросы

**2 балла** - применение экономических знаний

**0 баллов** - пассивность, частая неготовность высказать собственное мнение по проблемным вопросам.

#### **4.9. Оценивание качества выполнения терминологического диктанта**

##### **Ожидаемые результаты:**

- знание важнейших категорий экономической науки;
- умение использовать источники экономической информации, осуществлять поиск информации по полученному заданию;
- навыками самостоятельной работы.

##### **Критерии оценки:**

- полнота определений;

- четкость формулировок;
- современная «редакция» понятия;
- собственная формулировка понятия с передачей смысла.

**Пороги оценок:**

**2 балла** – экономические категории полные, четко сформулированы, присутствует собственная формулировка понятия с передачей смысла.

**1 балл** – экономические категории сформулированы близко к содержанию

**0 баллов** – не знание менее 50% экономических понятий.

Преподаватель



Ермаков Г.П.

**РЕЦЕНЗИЯ  
НА РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

Дисциплина - «Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки - 38.03.07 Товароведение

Профиль «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»

Соответствие логической и содержательно- методической взаимосвязи данной дисциплины с другими частями ОПОП	Соответствует
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2, ПК-4
Соответствие аудиторной и самостоятельной нагрузки учебному плану	Соответствует
Процент лекционных занятий от аудиторной нагрузки	50
Последовательность и логичность изучения модулей дисциплины	Соответствует
Наличие междисциплинарных связей с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами	Присутствуют
Соответствие видов самостоятельной работы требованиям к выпускникам в ФГОС	Соответствует
Соответствие диагностических средств (экзаменационных билетов, тестов, комплексных контрольных заданий и др.) требованиям к выпускнику по данной ОПОП	Соответствует
Использование активных и интерактивных форм проведения занятий (указать конкретно)	- деловая игра; - операционная игра; - решение ситуационных задач.
Учебно-методическое и информационное обеспечение	Соответствует
Материально-техническое обеспечение данной дисциплины	Соответствует

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Считаю, что вышеуказанная рабочая учебная программа соответствует направлению подготовки 38.03.07 Товароведение профиль «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности».

Рецензент:  
доцент кафедры «Экономика и  
управление»



В.М. Иванов

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Филиала университета

Хейдуллин Х.Х.

13 июня 2017 г.



## ИЗМЕНЕНИЕ № 2

**В положения о структурных подразделениях (СМК 03), положения о деятельности (СМК 04) и в должностные инструкции (СМК 05)**

Дата введения 13.06.2017г.

В соответствии с приказом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 01 июня 2017 года №271 Технологический институт - филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия имени П.А. Столыпина» (сокращенное – Технологический институт – филиал ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА) переименован в **Технологический институт - филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ульяновский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»** (сокращенное – Технологический институт – филиал ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ).

### РАЗРАБОТЧИК

Ответственный за СМК  
Филиала университета

Н.С. Семенова

### СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела кадров

М.П. Тимошенко

### Лист переутверждения рабочей программы

Заседание кафедры	Заседание методической комиссии
Протокол №10 от 28.06.2016 г Зав. кафедрой <i>Ю.С. Холопова</i> Ю.С. Холопова	Протокол №10 от 29.06.2016 г Председатель методической комиссии <i>И.Г. Яковлева</i> И.Г. Яковлева
Протокол № <u>10</u> от <u>29.06.2016 г</u> Зав. кафедрой <i>Ю.С. Холопова</i> Ю.С. Холопова	Протокол № <u>10</u> от <u>30.06.2016 г</u> Председатель методической комиссии <i>И.Г. Яковлева</i> И.Г. Яковлева
Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Зав. кафедрой	Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Председатель методической комиссии
Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Зав. кафедрой	Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Председатель методической комиссии
Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Зав. кафедрой	Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Председатель методической комиссии
Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Зав. кафедрой	Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Председатель методической комиссии
Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Зав. кафедрой	Протокол № <u>    </u> от <u>                    </u> Председатель методической комиссии