



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Факультет бизнес-коммуникаций и информатики

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.02 Коммерция

направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью

Одобен
УМК факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

Разработан в соответствии с ФГОС ВО

с учетом требований проф. стандарта

Председатель УМК

М.Г. Синчурина
ФИО, должность, ученая степень, звание

подпись, печать

Разработчики:


_____ *пись* _____

доцент
(занимаемая должность)

Е.А. Волохова
(инициалы, фамилия)

Цель фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.В.ДВ.03.02 Коммерция». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля (в следующих формах: тест, решение задач, контрольная работа, практическое задание, доклад/презентация) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету с оценкой.

Структура и содержание заданий – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Б1.В.ДВ.03.02 Коммерция».

1. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-6 Способностью использовать технологии разработки объектов профессиональной деятельности в сфере систем массовой информации, дизайна, медиаиндустрии, а также предприятий различного профиля для решения экономических задач	ПК-6.1	Умеет выбирать рациональные варианты действий в практических задачах принятия решений с использованием экономико-математических моделей, решать задачи принятия решений
	ПК-6.2	Владеет подходами и методами современной теории управления; методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов
	ПК-6.3	Владеет методами расчета показателей экономического эффекта от внедрения управленческих решений; методами и средствами оценки экономических затрат на реализацию проектов в профессиональной деятельности

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ	Тест
2	Заключение и исполнение договоров в коммерческой деятельности	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ	Тест
3	Организация и управление коммерческой деятельностью в сфере закупок	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ	Тест

№ п/п	Раздел, тема	Код индикатора компетенции	Наименование ОС	
			ТК	ПА
4	Планирование системы распределения продукции и посредническая деятельность предприятий	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ	Тест
5	Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле.	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ	Тест
6	Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной торговле	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, РЗ, КР	Тест
7	Электронная коммерция	ПК-6.2, ПК-6.1, ПК-6.3	Тест, Пз	Тест
8	Государственное регулирование коммерческой деятельности	ПК-6.2	Тест, Пз, Д	Тест

2.2. Критерии оценивания результатов обучения для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Тест	Студентом даны правильные ответы на 71 %-100% заданий	Зачтено
	Студентом даны правильные ответы менее чем на 70% заданий	Незачтено
Решение задач	Решение задачи выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения	Зачтено
	В задаче получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью	Незачтено
Контрольная работа	Студент правильно выполнил поставленное задание. Написал решения задач в установленной форме, представил решения большинства/всех заданий, предусмотренных в работе. Студент может частично или полно объяснить полученные результаты	Зачтено
	Студент не выполнил все задания работы и не может объяснить полученные результаты	Незачтено

Оценочное средство	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Практическое задание	Задание выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения	Зачтено
	В работе получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью	Незачтено
Доклад/презентация	Обучающийся демонстрирует удовлетворительное знание материала, ориентируется в вопросах по теме. Обладает удовлетворительными навыками публичного выступления	Зачтено
	Обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, допускает существенные ошибки, выступает неуверенно, с большими затруднениями	Незачтено

2.3. Оценочные средства для текущего контроля (примеры)

2.3.1. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ПК-6.2
2	ПК-6.2
3	ПК-6.2
4	ПК-6.2
5	ПК-6.2
6	ПК-6.2
7	ПК-6.2
8	ПК-6.2
9	ПК-6.2
10	ПК-6.2
11	ПК-6.2
12	ПК-6.2

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
13	ПК-6.2
14	ПК-6.2
15	ПК-6.2
16	ПК-6.2
17	ПК-6.2
18	ПК-6.2
19	ПК-6.2
20	ПК-6.2
21	ПК-6.2

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	b, c
2	a
3	b
4	a
5	b
6	b
7	b, c
8	b
9	b
10	a
11	b, d, f, g, h, i
12	a
13	a
14	b
15	a
16	a
17	a
18	a, c, d
19	c
20	d
21	d

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Оптовая торговля характеризуется следующими классификационными признаками:

- a. качеством продаваемой и поставляемой продукции.
- b. широта товарного ассортимента;
- c. степенью кооперации и формами сбыта;

d. культурой организации и сервисом;

№ 2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Изменения или дополнения условий заключенного договора:

- a. допускается по соглашению сторон.
- b. допускается по одностороннему заявлению сторон,
- c. не допускается по одностороннему заявлению сторон,

№ 3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Розничная продажа отличается от оптовой:

- a. продажей товаров мелкими партнерами;
- b. продажей товаров населению для личного потребления.
- c. нет отличий;

№ 4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Как классифицируется торговый ассортимент по сложности?

- a. товары простого и товары сложного ассортимента;
- b. товары сложного и товары группового ассортимента;
- c. товары сложного и товары внутригруппового ассортимента;
- d. товары простого и товары укрупненного ассортимента.

№ 5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что такое интернет-витрина

- a. одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц; также место расположения контента сервера.
- b. это сайт, представляющий ассортимент товаров или услуг, это электронный каталог с иллюстративными изображениями продуктов, в котором указаны основные их характеристики.
- c. предназначенная для привлечения покупателей остеклённая часть экстерьера здания магазина, торгового комплекса или музея, которая дает возможность видеть со стороны улицы экспозицию товара внутри помещения

№ 6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Юридическим лицом признается:

- a. Торговые корпорации образуют сеть магазинов, находящихся в общем владении и располагающих общей службой снабжения и сбыта, а также собственным транспортом и складским хозяйством. Магазины, входящие в корпоративную сеть, обычно торгуют определенным ассортиментом товаров, могут иметь одинаковый внешний вид и внутреннее оформление.
- b. Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. нести обязанности, быть иском и ответчиком в суде
- c. Независимые оптовые посредники, закупающие товар преимущественно промышленного назначения с целью его продажи предприятиям и оказания им торговых услуг (доставка, хранение, кредитование), называются дистрибьюторами.

№ 7. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Посредниками являются:

- a. доверитель;
- b. поверенный;
- c. агент;
- d. комитент;
- e. принципал;

№ 8. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

В какой последовательности осуществляется процесс приобретения материалов:

- a. размещение заказов – анализ заказов - выполнение заказов - составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков;
- b. составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков – размещение заказов – анализ заказов - выполнение заказов;
- c. анализ заказов - выполнение заказов - размещение заказов - составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков.

№ 9. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что представляет собой электронная коммерция?

- a. это предпринимательская деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, и осуществляемая субъектами на свой риск и под свою ответственность в соответствии с действующим законодательством.
- b. торговые операции, а также сопутствующие им маркетинговые операции по продвижению товаров и финансовые операции по их оплате, с использованием возможностей Интернет.
- c. самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

№ 10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Можно ли такие операции, происходящие в сфере обращения, как доставка товаров потребителям, хранение, упаковка отнести к коммерческим?

- a. да.
- b. нет,

№ 11. Задание с множественным выбором. Выберите 6 правильных ответов.

Что является препятствиями для международной коммерческой деятельности:

- a. сверхбыстрое развитие средств связи.
- b. валютные ограничения;
- c. быстрое развитие всех видов транспорта;
- d. бюрократические барьеры;
- e. глобализация мировой экономики;
- f. различие в государственных стандартах;
- g. политика;
- h. языковой барьер;
- i. таможенные барьеры;

№ 12. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Является ли реэкспортная сделка коммерческой деятельностью по вывозу за границу, ранее ввезенного товара иностранного производства?

- a. да
- b. нет

№ 13. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Заключенный договор может быть расторгнут:

- a. да по соглашению сторон
- b. да
- c. нет

№ 14. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Под «коммерцией» понимают:

- a. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли
- b. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров
- c. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров
- d. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров

№ 15. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Является ли ИПБОЮЛ юридическим лицом?

- a. нет.
- b. да, в любом случае;
- c. да, с момента регистрации в качестве ИПБОЮЛ;

№ 16. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Понятие «оптовый товарооборот» означает продажу товаров:

- a. крупными партиями;
- b. торговым предприятиям;
- c. торговым предприятиям или оптовым посредникам для последующей перепродажи.

№ 17. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- a. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка
- b. в организации товаров
- c. в формировании ассортимента товаров
- d. в организации торгового обслуживания покупателей

№ 18. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Исходные данные необходимые для определения потребности предприятия в материальных ресурсах:

- a. нормы расхода материальных ресурсов в соответствии с принятой на предприятии

технологией производства

- b. доход от реализации продукции предприятия,
- c. наличие запасов материальных ресурсов на складе предприятия,
- d. спрос покупателей на продукцию данного предприятия,
- e. себестоимость продукции предприятия,

№ 19. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какое направление внешнеэкономической деятельности может обеспечить максимальный доход в собственной стране:

- a. компенсационная торговля;
- b. участие в международных выставках, ярмарках.
- c. экспорт;
- d. торговля лицензиями;

№ 20. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Под «коммерцией» понимают:

- a. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров
- b. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров
- c. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли
- d. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров

№ 21. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя; не является собственником продукции. За оказанные услуги ему выплачивается вознаграждение в виде процентов от суммы операции.

- a. Брокер.
- b. Дистрибьютор.
- c. Дилер.
- d. Комиссионер.

2.3.2. Задачи для оценки компетенции «ПК-6.1»

№ 1. Ответы на контрольные вопросы.

Задание 1. Деловая игра: Организация коммерческой деятельности сети розничных магазинов.

Студенты делятся на 3-4 группы, каждая из групп представляет себя на месте коммерческого директора данной сети. По окончании данного на подготовку времени каждая из групп должна ответить на приведенные ниже вопросы и представить свой проект реализации развития розничной сети. После представления проектов с последующей защитой и обоснованием принятых решений происходит их обсуждение и выбирается лучший вариант развития сети.

Исходные данные. Фирма собирается открыть в городе N «с нуля» розничную сеть магазинов по реализации продуктов питания и сопутствующих товаров. Методы работы магазинов - магазины самообслуживания. Схема организации работы магазинов будет

однотипной. Снабжение магазинов осуществляется с одного крупного центрального склада и, возможно, нескольких вспомогательных складов. Управление сетью осуществляет управляющий сети из центрального офиса. Персонал каждого магазина (около 50 человек) будет стремиться к самому высокому уровню обслуживания, а фирма постарается организовать открытие к концу года сети из 45-50 магазинов. Необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы центрального офиса компании? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.
2. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы магазина? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.
3. На какие должности вы наберете людей в первую очередь? Какие способы набора и отбора кандидатов вы используете?
4. Каким образом следует разделить функции управления между управляющим сетью магазинов и коммерческим директором, управляющим сетью магазинов и директором по логистике, управляющим сетью магазинов и директором по персоналу?
5. Какие категории сотрудников вы обучите посредством внутреннего обучения и чему бы вы их обучили?
6. Сколько сотрудников ДОЛЖНО быть в коммерческом отделе и как между ними распределятся функции?
7. Каковы будут основные постулаты создаваемой корпоративной культуры и какими методами вы их внедрите?
8. Какую систему мотивации вы предложите для сотрудников офиса и магазина?
9. Какими качествами, навыками и знаниями должен обладать управляющий сетью, коммерческий директор, начальник отдела персонала, начальник отдела логистики?
10. Как коммерческий директор, какие сложности вы предвидите при создании в короткие сроки сети магазинов в городе N?

№ 2. Подготовить решение практической задачи.

задача 1. Особенности договора розничной купли-продажи. Права и обязанности покупателя и продавца.

по договору купли-продажи:

Составьте сравнительную характеристику следующих понятий: срок годности, срок службы, гарантийный срок товара.

Дайте сравнительную характеристику следующим понятиям:

технический регламент и стандарт,

принадлежность, ассортимент, комплектность, комплект, образец товара, описание товара.

Изобразите схематично права покупателя в случае обнаружения недостатков (существенных, обычных) товара.

Напишите претензию о возврате товара продавцу.

Составьте тестовое задание на тему «Права покупателя при покупке качественного товара, который не подошёл по расцветке, размеру, габаритам.

Составьте таблицу «Сроки удовлетворения отдельных требований

покупателя» по следующей примерной схеме:

Требования потребителя	Срок исполнения требования	Статья закона
Устранить недостатки в товаре		
Безвозмездно предоставить на период ремонта аналогичный товар длительного пользования		
Заменить товар ненадлежащего качества на новый товар		
Выплатить деньги при требовании.		

Со ссылкой на конкретные нормы сформулируйте общие правила определения: момента перехода права собственности по договору купли-продажи недвижимости, купли-продажи предприятия, как имущественного комплекса, и земельного участка, находящегося под продаваемым объектом недвижимости.

Составьте проект договора и перечислите документы, которые должны быть составлены сторонами до подписания договора купли-продажи предприятия.

задача 2. Заключение, изменение и прекращение договора поставки и договора контрактации.

По договору поставки, контрактации, энергоснабжения:

Сформулируйте основные правила исчисления убытков при расторжении договора поставки.

Сделайте схематическое изображение:

простой структуры договорных связей договора поставки товаров для государственных нужд;

сложной структуры договорных связей договора поставки товаров для государственных нужд

Составьте уведомление контрагенту об отказе от исполнения договора поставки.

В схематичной форме покажите отличительные особенности договоров поставки и контрактации.

Критерии сравнения	Договор контрактации	Договор поставки
Предмет		
Субъектный состав		
Содержание договора		
Ответственность сторон		
Момент перехода рисков		

Составьте график вывоза продукции по договору контрактации.

Изобразите схематично порядок заключения договора электроснабжения, газоснабжения.

Составьте претензию по поводу перерывов в снабжении горячей водой.

Дайте сравнительную характеристику договора энергоснабжения, заключенного с физическим лицом и договора энергоснабжения, заключённого с квалифицированным субъектом по следующим критериям:

Абонент / Критерии сравнения	Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель	Гражданин, использующий энергию для бытового потребления
Форма договора и порядок его заключения		
Порядок расторжения договора		
Существенные условия		
Ответственность		
Срок договора		

задача 3. Место договоров энергоснабжения, дарения и ренты среди обязательств по передаче имущества в собственность.

по договорам мены, дарения, ренты:

Составьте исковое заявление о возврате товара, полученного в обмен другой стороной по договору мены.

Дайте сравнительную характеристику понятий «дарение» и «пожертвование».

Оформите договор дарения квартиры.

Составьте сравнительную таблицу «Договор постоянной ренты, договор пожизненной ренты и договор пожизненного содержания с иждивением».

Способы расчета ренты.

№ 3. Организация закупок.

Задание 1. Обувная фабрика изготавливает мужские демисезонные полуботинки с 38 по 46 размеров модели С. На основе изучения спроса покупателей установлена общая годовая программа выпуска полуботинок данного фасона – 60 тыс. пар и уд. вес отдельных размеров в общем объеме производства. Исходя из ниже представленных данных необходимо определить потребность обувной фабрики в коже для изготовления полуботинок:

Исходные данные	Размеры полуботинок										Итого
	38	39	40	41	42	43	44	45	46		
Норма расхода кожи на 1 пару обуви. дм ²	11,5	12	12,5	13	13,5	14	15	15	16		
Удельный вес отдельных размеров в общем объеме производства, %	4	10	22	30	14	11	4	3	2	100	
Потребность в коже для изготовления полуботинок											

Задание 2. Предприятие «Арина» занимается пошивом и реализацией габардиновых покрывал, причем на одно покрывало требуется 5 м габардина. В третьем квартале года, исходя из требований рынка и производственных возможностей фирмы, утверждена программа производства – 8400 изделий. На складе предприятия на 1 июля находится 1050 м ткани, а в июне уже было заказано поставщику, но не получено 500 м. Определите необходимый объем закупок материала на третий квартал.

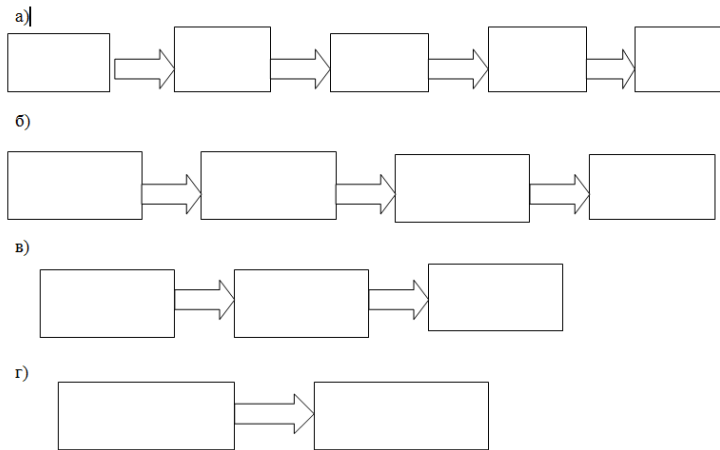
№ 4. Решение ситуационных задач.

Каналы распределения

1. Дать понятие - канал распределения;
уровень канала распределения;
Перечислить возможные уровни каналов распределения (смотри полнотекстовую лекцию)
по принципу - 0,1,2,3.

2. Идентифицируйте каналы распределения разных уровней, используя предложенные визуальные образы. Допишите недостающие элементы. Определите длину каналов распределения. Сделайте письменные выводы, а также предложите наиболее подходящие примеры, соответствующие представленным каналам распределения.

Рисунок – Каналы распределения разных уровней



№ 5. Решение ситуационных задач.

1. Торговое предприятие при объеме продаж 500 единиц товара получает доход в 4 тыс. у. д. ед. Повышение цены на товар привело к падению объема продаж на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход если принять, что сокращение спроса на товар обратно пропорционально росту его цены?

2. С наступлением весны объем продаж определенного предмета при его цене 6 у. д. ед., падает в два раза:

1) До какого уровня можно поднимать при этом цену на данную продукцию чтобы доход не менялся?

2) Каким при этом должен быть объем продаж до его падения? Будем считать, что падение объема продаж обратно пропорционально росту цены товара.

3. Товар ценой в 120 у. д. ед. уценивается в три приема, причем цена уменьшается в одно и то же количество раз. В результате последней уценки товар продается по себестоимости за 35,6 у. д. ед.

Какая цена должна быть установлена в результате первой и второй уценки.

4. Два компаньона, владеющие фирмой, отправились за рубеж, чтобы приобрести необходимое оборудование и другое имущество для своего предприятия. Для этого они располагали определенной суммой, которую собирались тратить поровну.

Фактически суммы затрат каждого оказались различными.

Компаньон А закупил станок и грузовую автомашину за 24 тыс. у. д. ед.

Компаньон Б закупил станок и легковую автомашину.

Легковая автомашина обошлась в столько же, сколько станок, купленный компаньоном А, а грузовая автомашина на 2 тыс. у. д. ед. дороже станка купленного компаньоном Б.

Компаньоны подсчитали, что равенство их затрат имело бы место, если бы деньги, фактически потраченные на автомашины, распределились бы так что легковая автомашина

обошлась бы в 3 раза дороже, чем грузовая.

1) Во сколько обошлась каждая покупка?

2) Сколько денег было потрачено каждым компаньоном?

2.3.3. Задачи для оценки компетенции «ПК-6.2»

№ 6. Ответы на контрольные вопросы.

Задание 1. Деловая игра: Организация коммерческой деятельности сети розничных магазинов.

Студенты делятся на 3-4 группы, каждая из групп представляет себя на месте коммерческого директора данной сети. По окончании данного на подготовку времени каждая из групп должна ответить на приведенные ниже вопросы и представить свой проект реализации развития розничной сети. После представления проектов с последующей защитой и обоснованием принятых решений происходит их обсуждение и выбирается лучший вариант развития сети.

Исходные данные. Фирма собирается открыть в городе *N* «с нуля» розничную сеть магазинов по реализации продуктов питания и сопутствующих товаров. Методы работы магазинов - магазины самообслуживания. Схема организации работы магазинов будет однотипной. Снабжение магазинов осуществляется с одного крупного центрального склада и, возможно, нескольких вспомогательных складов. Управление сетью осуществляет управляющий сети из центрального офиса. Персонал каждого магазина (около 50 человек) будет стремиться к самому высокому уровню обслуживания, а фирма постарается организовать открытие к концу года сети из 45-50 магазинов. Необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы центрального офиса компании? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.

2. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы магазина? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.

3. На какие должности вы наберете людей в первую очередь? Какие способы набора и отбора кандидатов вы используете?

4. Каким образом следует разделить функции управления между управляющим сетью магазинов и коммерческим директором, управляющим сетью магазинов и директором по логистике, управляющим сетью магазинов и директором по персоналу?

5. Какие категории сотрудников вы обучите посредством внутреннего обучения и чему бы вы их обучили?

6. Сколько сотрудников ДОЛЖНО быть в коммерческом отделе и как между ними распределятся функции?

7. Каковы будут основные постулаты создаваемой корпоративной культуры и какими методами вы их внедрите?

8. Какую систему мотивации вы предложите для сотрудников офиса и магазина?

9. Какими качествами, навыками и знаниями должен обладать управляющий сетью, коммерческий директор, начальник отдела персонала, начальник отдела логистики?

10. Как коммерческий директор, какие сложности вы предвидите при создании в короткие сроки сети магазинов в городе *N*?

2.3.4. Задачи для оценки компетенции «ПК-6.3»

№ 7. Ответы на контрольные вопросы.

Задание 1. Деловая игра: Организация коммерческой деятельности сети розничных магазинов.

Студенты делятся на 3-4 группы, каждая из групп представляет себя на месте коммерческого директора данной сети. По окончании данного на подготовку времени каждая из групп должна ответить на приведенные ниже вопросы и представить свой проект реализации развития розничной сети. После представления проектов с последующей защитой и обоснованием принятых решений происходит их обсуждение и выбирается лучший вариант развития сети.

Исходные данные. Фирма собирается открыть в городе *N* «с нуля» розничную сеть магазинов по реализации продуктов питания и сопутствующих товаров. Методы работы магазинов - магазины самообслуживания. Схема организации работы магазинов будет однотипной. Снабжение магазинов осуществляется с одного крупного центрального склада и, возможно, нескольких вспомогательных складов. Управление сетью осуществляет управляющий сети из центрального офиса. Персонал каждого магазина (около 50 человек) будет стремиться к самому высокому уровню обслуживания, а фирма постарается организовать открытие к концу года сети из 45-50 магазинов. Необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы центрального офиса компании? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.

2. Какова, по вашему мнению, будет организационная структура и схема работы магазина? Представить схему и определить необходимое количество сотрудников каждого отдела.

3. На какие должности вы наберете людей в первую очередь? Какие способы набора и отбора кандидатов вы используете?

4. Каким образом следует разделить функции управления между управляющим сетью магазинов и коммерческим директором, управляющим сетью магазинов и директором по логистике, управляющим сетью магазинов и директором по персоналу?

5. Какие категории сотрудников вы обучите посредством внутреннего обучения и чему бы вы их обучили?

6. Сколько сотрудников ДОЛЖНО быть в коммерческом отделе и как между ними распределятся функции?

7. Каковы будут основные постулаты создаваемой корпоративной культуры и какими методами вы их внедрите?

8. Какую систему мотивации вы предложите для сотрудников офиса и магазина?

9. Какими качествами, навыками и знаниями должен обладать управляющий сетью, коммерческий директор, начальник отдела персонала, начальник отдела логистики?

10. Как коммерческий директор, какие сложности вы предвидите при создании в короткие сроки сети магазинов в городе *N*?

№ 8. Подготовить решение практической задачи.

задача 1. Особенности договора розничной купли-продажи. Права и обязанности покупателя и продавца.

по договору купли-продажи:

Составьте сравнительную характеристику следующих понятий: срок годности, срок службы, гарантийный срок товара.

Дайте сравнительную характеристику следующим понятиям:

технический регламент и стандарт,

принадлежность, ассортимент, комплектность, комплект, образец товара, описание товара.

Изобразите схематично права покупателя в случае обнаружения недостатков (существенных, обычных) товара.

Напишите претензию о возврате товара продавцу.

Составьте тестовое задание на тему «Права покупателя при покупке качественного товара, который не подошёл по расцветке, размеру, габаритам.

Составьте таблицу «Сроки удовлетворения отдельных требований покупателя» по следующей примерной схеме:

Требования потребителя	Срок исполнения требования	Статья закона
Устранить недостатки в товаре		
Безвозмездно предоставить на период ремонта аналогичный товар длительного пользования		
Заменить товар ненадлежащего качества на новый товар		
Выплатить деньги при требовании.		

Со ссылкой на конкретные нормы сформулируйте общие правила определения: момента перехода права собственности по договору купли-продажи недвижимости, купли-продажи предприятия, как имущественного комплекса, и земельного участка, находящегося под продаваемым объектом недвижимости.

Составьте проект договора и перечислите документы, которые должны быть составлены сторонами до подписания договора купли-продажи предприятия.

задача 2. Заключение, изменение и прекращение договора поставки и договора контрактации.

По договору поставки, контрактации, энергоснабжения:

Сформулируйте основные правила исчисления убытков при расторжении договора поставки.

Сделайте схематическое изображение:

простой структуры договорных связей договора поставки товаров для государственных нужд;

сложной структуры договорных связей договора поставки товаров для государственных нужд

Составьте уведомление контрагенту об отказе от исполнения договора поставки.

В схематичной форме покажите отличительные особенности договоров поставки и контрактации.

Критерии сравнения	Договор контрактации	Договор поставки
Предмет		
Субъектный состав		

Содержание договора		
Ответственность сторон		
Момент перехода рисков		

Составьте график вывоза продукции по договору контрактации.

Изобразите схематично порядок заключения договора электроснабжения, газоснабжения.

Составьте претензию по поводу перерывов в снабжении горячей водой.

Дайте сравнительную характеристику договора энергоснабжения, заключенного с физическим лицом и договора энергоснабжения, заключённого с квалифицированным субъектом по следующим критериям:

Абонент / Критерии сравнения	Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель	Гражданин, использующий энергию для бытового потребления
Форма договора и порядок его заключения		
Порядок расторжения договора		
Существенные условия		
Ответственность		
Срок договора		

задача 3. Место договоров энергоснабжения, дарения и ренты среди обязательств по передаче имущества в собственность.

по договорам мены, дарения, ренты:

Составьте исковое заявление о возврате товара, полученного в обмен другой стороной по договору мены.

Дайте сравнительную характеристику понятий «дарение» и «пожертвование».

Оформите договор дарения квартиры.

Составьте сравнительную таблицу «Договор постоянной ренты, договор пожизненной ренты и договор пожизненного содержания с иждивением».

Способы расчета ренты.

№ 9. Организация закупок.

Задание 1. Обувная фабрика изготавливает мужские демисезонные полуботинки с 38 по 46 размеров модели С. На основе изучения спроса покупателей установлена общая годовая программа выпуска полуботинок данного фасона – 60 тыс.пар и уд.вес отдельных размеров в общем объеме производства. Исходя из ниже представленных данных необходимо определить потребность обувной фабрики в коже для изготовления полуботинок:

Исходные данные	Размеры полуботинок										Итого
	38	39	40	41	42	43	44	45	46		
Норма расхода кожи на 1 пару обуви. дм ²	11,5	12	12,5	13	13,5	14	15	15	16		
Удельный вес отдельных размеров в общем объеме производства, %	4	10	22	30	14	11	4	3	2	100	

Потребность в коже для изготовления полуботинок										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 2. Предприятие «Арина» занимается пошивом и реализацией габардиновых покрывал, причем на одно покрывало требуется 5 м габардина. В третьем квартале года, исходя из требований рынка и производственных возможностей фирмы, утверждена программа производства – 8400 изделий. На складе предприятия на 1 июля находится 1050 м ткани, а в июне уже было заказано поставщику, но не получено 500 м. Определите необходимый объем закупок материала на третий квартал.

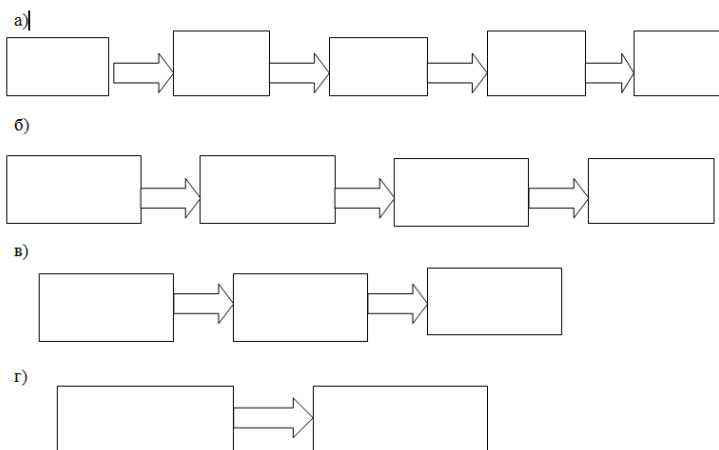
№ 10. Решение ситуационных задач.

Каналы распределения

1. Дать понятие - канал распределение; уровень канала распределения; Перечислить возможные уровни каналов распределения (смотри полнотекстовую лекцию) по принципу - 0,1,2,3.

2. Идентифицируйте каналы распределения разных уровней, используя предложенные визуальные образы. Допишите недостающие элементы. Определите длину каналов распределения. Сделайте письменные выводы, а также предложите наиболее подходящие примеры, соответствующие представленным каналам распределения.

Рисунок – Каналы распределения разных уровней



№ 11. Решение ситуационных задач.

1. Торговое предприятие при объеме продаж 500 единиц товара получает доход в 4 тыс. у. д. ед. Повышение цены на товар привело к падению объема продаж на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход если принять, что сокращение спроса на товар обратно пропорционально росту его цены?

2. С наступлением весны объем продаж определённого предмета при его цене 6 у. д. ед., падает в два раза:

1) До какого уровня можно поднимать при этом цену на данную продукцию чтобы доход не менялся?

2) Каким при этом должен быть объем продаж до его падения? Будем считать, что падение объема продаж обратно пропорционально росту цены товара.

3. Товар ценой в 120 у. д. ед. уценивается в три приема, причем цена уменьшается в одно и то же количество раз. В результате последней уценки товар продается по себестоимости за 35,6 у. д. ед.

Какая цена должна быть установлена в результате первой и второй уценки.

4. Два компаньона, владеющие фирмой, отправились за рубеж, чтобы приобрести необходимое оборудование и другое имущество для своего предприятия. Для этого они располагали определенной суммой, которую собирались тратить поровну.

Фактически суммы затрат каждого оказались различными.

Компаньон А закупил станок и грузовую автомашину за 24 тыс. у. д. ед.

Компаньон Б закупил станок и легковую автомашину.

Легковая автомашина обошлась в столько же, сколько станок, купленный компаньоном А, а грузовая автомашина на 2 тыс. у. д. ед. дороже станка купленного компаньоном Б.

Компаньоны подсчитали, что равенство их затрат имело бы место, если бы деньги, фактически потраченные на автомашины, распределились бы так что легковая автомашина обошлась бы в 3 раза дороже, чем грузовая.

1) Во сколько обошлась каждая покупка?

2) Сколько денег было потрачено каждым компаньоном?

2.3.5. Контрольные работы для оценки компетенции «ПК-6.1»

№ 12. Решение ситуационных задач.

1. Розничное торговое предприятие состоящее из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2017 г. составили 13 млн.руб. В 2018 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй – на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза.

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

3. Продажа гостиницы: выбор собственника

Партнерам-собственникам гостиницы, на которых приходится 100% долей капитала гостиницы, поступило заманчивое предложение – продать в 2015 году отель. Стоимость сделки должна составить 280.000.000 рублей. Предприниматели приобрели гостиницу за 250.000.000 рублей. Однако, в процессе управления гостиницей, а также в результате реализации инвестиционной программы, показатели отеля должны улучшиться. Об этом говорит прогноз, который был составлен финансовым директором отеля. Если бы партнеры всё же решили выйти из бизнеса и продать отель, то, за какую сумму, вы бы посоветовали им торговаться?

Ответ: продать отель выгодно, если стоимость сделки составит хотя бы _____ рублей.

4. Кейс «Претензия на прибыль»

Внутри конвенционального канала сбыта мужских костюмов установлены специальным соглашением следующие фиксированные претензии на прибыль со стороны участников канала товародвижения, в зависимости от цены, по которой они продают свой товар:

- Производитель — 25%.
- Оптовый продавец — 20%.
- Розничный продавец — 15%.

Рынок характеризуется как «Рынок покупателя». Продажная розничная цена на мужской костюм данной марки зафиксировалась на уровне 200 ден. ед. за штуку.

Издержки обращения составляют следующие доли в цене продажи каждого участника товародвижения:

- Оптовый продавец-5%.
- Розничный продавец-10%.

Вопросы: 1. Каковы размеры (в абсолютном выражении) прибыли, на которые может рассчитывать каждый участник товародвижения при условии соблюдения соглашения? В каких пределах должна находиться себестоимость изготовления каждого мужского костюма?

2. Насколько правомерным было бы выравнивание претензий на прибыль всех участников товародвижения и почему это не происходит на развитых рынках?

2.3.6. Контрольные работы для оценки компетенции «ПК-6.2»

№ 13. Решение ситуационных задач.

1. Розничное торговое предприятие состоящее из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2017 г. составили 13 млн.руб. В 2018 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй – на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза.

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

3. Продажа гостиницы: выбор собственника

Партнерам-собственникам гостиницы, на которых приходится 100% долей капитала гостиницы, поступило заманчивое предложение – продать в 2015 году отель. Стоимость сделки должна составить 280.000.000 рублей. Предприниматели приобрели гостиницу за 250.000.000 рублей. Однако, в процессе управления гостиницей, а также в результате реализации инвестиционной программы, показатели отеля должны улучшиться. Об этом говорит прогноз, который был составлен финансовым директором отеля. Если бы партнеры всё же решили выйти из бизнеса и продать отель, то, за какую сумму, вы бы посоветовали им торговаться?

Ответ: продать отель выгодно, если стоимость сделки составит хотя бы _____ рублей.

4. Кейс «Претензия на прибыль»

Внутри конвенционального канала сбыта мужских костюмов установлены специальным соглашением следующие фиксированные претензии на прибыль со стороны участников канала товародвижения, в зависимости от цены, по которой они продают свой товар:

- Производитель — 25%.
- Оптовый продавец — 20%.
- Розничный продавец — 15%.

Рынок характеризуется как «Рынок покупателя». Продажная розничная цена на мужской костюм данной марки зафиксировалась на уровне 200 ден. ед. за штуку.

Издержки обращения составляют следующие доли в цене продажи каждого участника товародвижения:

- Оптовый продавец-5%.
- Розничный продавец-10%.

Вопросы: 1. Каковы размеры (в абсолютном выражении) прибыли, на которые может рассчитывать каждый участник товародвижения при условии соблюдения соглашения? В каких пределах должна находиться себестоимость изготовления каждого мужского костюма?

2. Насколько правомерным было бы выравнивание претензий на прибыль всех участников товародвижения и почему это не происходит на развитых рынках?

2.3.7. Контрольные работы для оценки компетенции «ПК-6.3»

№ 14. Решение ситуационных задач.

1. Розничное торговое предприятие состоящее из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2017 г. составили 13 млн.руб. В 2018 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй – на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза.

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

3. Продажа гостиницы: выбор собственника

Партнерам-собственникам гостиницы, на которых приходится 100% долей капитала гостиницы, поступило заманчивое предложение – продать в 2015 году отель. Стоимость сделки должна составить 280.000.000 рублей. Предприниматели приобрели гостиницу за 250.000.000 рублей. Однако, в процессе управления гостиницей, а также в результате реализации инвестиционной программы, показатели отеля должны улучшиться. Об этом говорит прогноз, который был составлен финансовым директором отеля. Если бы партнеры всё же решили выйти из бизнеса и продать отель, то, за какую сумму, вы бы посоветовали им торговаться?

Ответ: продать отель выгодно, если стоимость сделки составит хотя бы _____ рублей.
--

4. Кейс «Претензии на прибыль»

Внутри конвенционального канала сбыта мужских костюмов установлены специальным соглашением следующие фиксированные претензии на прибыль со стороны участников канала товародвижения, в зависимости от цены, по которой они продают свой товар:

- Производитель — 25%.
- Оптовый продавец — 20%.
- Розничный продавец — 15%.

Рынок характеризуется как «Рынок покупателя». Продажная розничная цена на мужской костюм данной марки зафиксировалась на уровне 200 ден. ед. за штуку.

Издержки обращения составляют следующие доли в цене продажи каждого участника товародвижения:

- Оптовый продавец-5%.
- Розничный продавец-10%.

Вопросы: 1. Каковы размеры (в абсолютном выражении) прибыли, на которые может рассчитывать каждый участник товародвижения при условии соблюдения соглашения? В каких пределах должна находиться себестоимость изготовления каждого мужского костюма?

2. Насколько правомерным было бы выравнивание претензий на прибыль всех участников товародвижения и почему это не происходит на развитых рынках?

2.3.8. Практические задания для оценки компетенции «ПК-6.1»

№ 15. Решение ситуационных задач.

1. Найдите в Интернете 4 интернет-магазина, торгующих продукцией в соответствии с товарной группой вашего варианта.

2. Заполните таблицу 1 информацией о выбранных интернет-магазинах (в последней колонке укажите название товара, который будете заказывать во всех магазинах).

3. Осуществите моделирование процесса заказа покупки выбранного товара во всех 4-х интернет-магазинах.

Замечание:

1) При моделировании процесса покупки подтверждение заказа ДЕЛАТЬ НЕ НАДО!

2) При покупке товара в интернет-магазинах необходимо проходить процесс регистрации с указанием, в частности фамилии (ФИО), адреса, электронной почты и номера телефона. В случае нежелания предоставлять реальные данные о себе, ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ВВОДИТЕ ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ НЕ СООТВЕТСТВУЮТ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ.

1. Оцените товарный ассортимент (наличие разделов и подразделов).

2. Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

3. Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара/услуги.

4. Оцените доступность и недостатки пользовательского интерфейса.

5. Отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6. Проводилась ли (и на каком этапе) регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?

7. Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов).

8. Перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9. Перечислить предлагаемые электронным магазином систем доставки.

5. Заполните таблицу 2 для сравнения результатов, полученных при моделировании процесса покупки товара в интернет-магазинах.

Замечание: При оценке характеристик интернет-магазина, указанных в пунктах 1-7, использовать 5-ти балльную шкалу.

6. После ознакомления с особенностями структуры интернет-магазинов, ассортиментом товаров и технологией работы, выберите из 4-х магазинов лучший и худший (на ваш взгляд), и заполните таблицу 3.

Таблица 1.

№ вар.	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Классификация Интернет-магазинов	Название товара/услуг

Таблица 2

№	Критерии оценки	Интернет-магазины			
		1	2	3	4
1	Скорость загрузки сайта				
2	Полнота текстового описания				
3	Степень дружелюбности интерфейса				
4	Графическое и мультимедийное описание				
5	Удобство системы регистрации				
6	Дополнительные сервисные услуги				
7	Полнота он-лайн помощи				
8	Стоимость выбранного товара				
9	Количество товарных разделов				
10	Количество шагов при поиске				
11	Количество систем оплаты				
12	Количество систем доставки				

Таблица 3

Пример анализа

№	Структурный элемент или функция	Характеристики структурного элемента или функции	Анализ структурного элемента или функции	
			Лучший	Худший
1	web-витрина	Наличие особенности оформления, информация про навигацию в магазине	<i>Хорошее оформление, приятно для глаза, поиск удобный</i>	<i>Плохое оформление, поиск неудобный</i>

2	Информационный каталог	Наличие, структура особенности поиска информации	<i>Есть информация о стоимости, доставке и способах оплаты. Есть онлайн-помощь.</i>	<i>Есть информация о доставке и стоимости. Помощи нет.</i>
3	Товарный каталог	Структура основные группы(подгруппы) товаров, особенности поиска необходимых товаров	<i>Есть расширенный поиск. Каталог удобный, нет ничего лишнего.</i>	<i>Каталог не очень удобный. Мало подгрупп.</i>
4	Знакомство с товаром	Особенности подачи информации по выбранному товару(изображение, словесное описание, краткая техническая характеристика, цена, другая информация).	<i>Описание товара лаконичное, но полное. Изображение увеличивается.</i>	<i>Недостаточно информации в описании. Изображение увеличивается.</i>
5	Выбор товара	Выбор количества товара, технология отбора товара для кошелька	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>
6	Кошелек покупателя	Процедура просмотра структура кошелька, процедура изменения содержимого кошелька.	<i>Можно зайти с любой страницы. Удобно использовать. Видно, сколько товаров выбрано и на какую сумму.</i>	<i>Можно зайти с любой стр-цы. Удобно использовать. Видно, какие товары и на какую сумму.</i>
7	Регистрация клиента	Структура карточки регистрации клиента при первом осмотре, при повторном осмотре.	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа.</i>	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа</i>
8	Оформление заказа	Процедура подтверждения заказа	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>
9	Расчет за товар	Возможные формы и способы оплаты, дополнительная информация		

10	Доставка товара	Способы доставки товара, регионы, сроки доставки, цена доставки, дополнительная информация		
11	Получение скидок	Имеется ли система скидок	<i>Скидки по дисконтной карте</i>	<i>Скидки на отдельные товары</i>

Вариант 1: Товарная группа «книжная продукция».

Вариант 2: Товарная группа «аудио, видео».

Вариант 3: Товарная группа «компьютеры и оргтехника».

Вариант 4: Товарная группа «средства связи».

Вариант 5: Товарная группа «программное обеспечение».

Вариант 6: Товарная группа «ювелирные изделия».

Вариант 7: Товарная группа «парфюмерия и косметика».

Вариант 8: Товарная группа «мебель и предметы интерьера».

Вариант 9: Товарная группа «одежда и обувь».

Вариант 10: Товарная группа «спортивные товары».

Вариант 11: Товарная группа «продукты питания».

Вариант 12: Товарная группа «лекарственные препараты».

№ 16. Государственное регулирование коммерческой деятельности.

Внешекономическая деятельность

1. Российская коммерческая фирма АО «Оскар» вышла на рынок в Турцию для реализации торгового оборудования следующего ассортимента: холодильное оборудование по цене 1000 долл., барное оборудование - 900 долл., кухонный инвентарь - 800 долл. и весовое оборудование - 700 долл. за единицу.

Проведенные исследования сложившейся конъюнктуры на рынке в Турции выявили следующую зависимость спроса на товар от уровня его цены: на холодильное оборудование спрос установлен в размере 900 шт. в год; барное оборудование - 1200 шт. в год; кухонный инвентарь - 1400 шт. в год; весовое оборудование _ 1600 шт. в год.

На основе нижеприведенных данных определите наиболее выигрышную внешнеторговую цену с учетом спроса на товар (C_c) при которой достигается максимальная прибыль и уровень эффективности инвестиций фирмы «Оскар» в экспорт (E_{ϕ}) при принятом фирмой нормативном уровне $E_n = 0,20$ руб. в год на 1 руб. инвестиций.

Исходные данные:

Для решения данного задания необходимо полностью заполнить табл. 1 (гр. 5, 8, 9). .

Пояснения к решению задачи.

1. Объем продаж вычисляется умножением спроса на внешнеторговую цену в рублях за единицу торгового оборудования.

2. Совокупные текущие издержки вычисляются суммированием переменных текущих и постоянных текущих издержек

3. Валовая прибыль определяется как разность между объемами продаж и совокупными текущими издержками. При этом рассчитывается наибольшая величина прибыли,

которая соответствует определенной внешнеторговой цене в долларах и объему экспорта, соответствующему реализации торгового оборудования по данной цене.

4. До принятия решения о первоочередной реализации какого-то определенного вида торгового оборудования по внешнеторговой цене, соответствующей максимальной прибыли, фирме необходимо установить целесообразность экспорта по этой цене, так как данный уровень цены гарантирует получение максимальной прибыли, но не эффективность экспорта в целом. Поэтому важно установить фактический уровень эффективности инвестиций, связанный с получением желаемой максимальной прибыли.

Известно, что уровень эффективности инвестиций определяется по формуле:

$$E_f = ((P_{\max} * (100 - H)) / 100) / T_{oc} + T_{об}$$

где $P_{\max}$ - максимальный уровень валовой прибыли, полученный при данной внешнеторговой цене (тыс. руб./год); H - налог на прибыль (в нашем случае равен 35%); T_{oc} - инвестиции в основной капитал, необходимые для организации экспорта то

ргового оборудования (тыс.руб/ год); $T_{об}$ - инвестиции в оборотный капитал, необходимые для реализации экспорта (тыс.руб/год).

Если фактический уровень эффективности инвестиций превышает нормативный, то ежегодный экспорт рассчитанного количества реализации по данной внешнеторговой цене является для фирмы АО «Оскар» целесообразным.

№ п/п	Внешнеторговая цена		Объем спроса, шт./год	Объем продаж, тыс.руб./шт.	Переменные текущие издержки, тыс.ру./год	Постоянные текущие издержки, тыс.руб./год	Совокупные текущие издержки, тыс.руб./год	Валовая прибыль, тыс.руб./год
	Долл./шт	Руб./шт						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1000	6000000	900		450000	200000		
2	900	5400000	1200		600000	200000		
3	800	480000	1400		700000	200000		
4	700	420000	1600		800000	200000		

Таблица 1.

2. Российская оптово-посредническая фирма ООО «Вироса» закупила в Китае крупную партию велосипедов (горные и дорожные, мужские и женские, детские и взрослые). Маркетологи фирмы, проанализировав рынок трех южных стран (Турции, Греции и Словении) предложили экспортировать достаточно крупную партию в одну ИЗ них.

Определите по данным анализа внешних факторов рынок трех стран (табл. 1) рынок какой из них наиболее привлекателен для фирмы ООО «Вироса»?

Таблица 1.

Оценочные баллы привлекательности внешних рынков

№ п/п	Фактор	Турция	Греция	Словения
1	Экономические	75	80	45
2	Политические	68	75	44
3	Технологические	81	80	50
4	Культурные	70	88	65
5	Географические	69	80	80

6	Инфраструктурные	80	60	45
7	Каналы распределения	89	90	60
	Итоговый показатель	?	?	?

в качестве экономических факторов серьезное внимание уделялось следующим: доходы на душу населения, уровень урбанизации общества, уровень инфляции и банковская процентная ставка, инвестиционный климат, природные ресурсы.

Среди культурных факторов на первый план выдвигались: модели поведения, традиции езды на велосипеде, язык, общечеловеческие ценности.

2.3.9. Практические задания для оценки компетенции «ПК-6.2»

№ 17. Решение ситуационных задач.

1. Найдите в Интернете 4 интернет-магазина, торгующих продукцией в соответствии с товарной группой вашего варианта.

2. Заполните таблицу 1 информацией о выбранных интернет-магазинах (в последней колонке укажите название товара, который будете заказывать во всех магазинах).

3. Осуществите моделирование процесса заказа покупки выбранного товара во всех 4-х интернет-магазинах.

Замечание:

1) При моделировании процесса покупки подтверждение заказа ДЕЛАТЬ НЕ НАДО!

2) При покупке товара в интернет-магазинах необходимо проходить процесс регистрации с указанием, в частности фамилии (ФИО), адреса, электронной почты и номера телефона. В случае нежелания предоставлять реальные данные о себе, ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ВВОДИТЕ ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ НЕ СООТВЕТСТВУЮТ РЕАЛЬНОСТИ.

1. Оцените товарный ассортимент (наличие разделов и подразделов).

2. Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

3. Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара/услуги.

4. Оцените доступность и недостатки пользовательского интерфейса.

5. Отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6. Проводилась ли (и на каком этапе) регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?

7. Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов).

8. Перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9. Перечислить предлагаемые электронным магазином системы доставки.

5. Заполните таблицу 2 для сравнения результатов, полученных при моделировании процесса покупки товара в интернет-магазинах.

Замечание: При оценке характеристик интернет-магазина, указанных в пунктах 1-7, использовать 5-ти балльную шкалу.

6. После ознакомления с особенностями структуры интернет-магазинов, ассортиментом товаров и технологией работы, выберите из 4-х магазинов лучший и худший (на ваш взгляд), и заполните таблицу 3.

Таблица 1.

№ вар.	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Классификация Интернет-магазинов	Название товара/услуг

Таблица 2

№	Критерии оценки	Интернет-магазины			
		1	2	3	4
1	Скорость загрузки сайта				
2	Полнота текстового описания				
3	Степень дружелюбности интерфейса				
4	Графическое и мультимедийное описание				
5	Удобство системы регистрации				
6	Дополнительные сервисные услуги				
7	Полнота он-лайн помощи				
8	Стоимость выбранного товара				
9	Количество товарных разделов				
10	Количество шагов при поиске				
11	Количество систем оплаты				
12	Количество систем доставки				

Таблица 3

Пример анализа

№	Структурный элемент или функция	Характеристики структурного элемента или функции	Анализ структурного элемента или функции	
			Лучший	Худший
1	web-витрина	Наличие особенности оформления, информация про навигацию в магазине	<i>Хорошее оформление, приятно для глаза, поиск удобный</i>	<i>Плохое оформление, поиск неудобный</i>
2	Информационный каталог	Наличие, структура особенности поиска информации	<i>Есть информация о стоимости, доставке и способах оплаты. Есть онлайн-помощь.</i>	<i>Есть информация о доставке и стоимости. Помощи нет.</i>
3	Товарный каталог	Структура основные группы(подгруппы) товаров, особенности поиска необходимых товаров	<i>Есть расширенный поиск. Каталог удобный, нет ничего лишнего.</i>	<i>Каталог не очень удобный. Мало подгрупп.</i>

4	Знакомство с товаром	Особенности подачи информации по выбранному товару(изображение, словесное описание, краткая техническая характеристика, цена, другая информация).	<i>Описание товара лаконичное, но полное. Изображение увеличивается.</i>	<i>Недостаточно информации в описании. Изображение увеличивается.</i>
5	Выбор товара	Выбор количества товара, технология отбора товара для кошелька	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>
6	Кошелек покупателя	Процедура просмотра структура кошелька, процедура изменения содержимого кошелька.	<i>Можно зайти с любой страницы. Удобно использовать. Видно, сколько товаров выбрано и на какую сумму.</i>	<i>Можно зайти с любой стр-цы. Удобно использовать. Видно, какие товары и на какую сумму.</i>
7	Регистрация клиента	Структура карточки регистрации клиента при первом осмотре, при повторном осмотре.	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа.</i>	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа</i>
8	Оформление заказа	Процедура подтверждения заказа	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>
9	Расчет за товар	Возможные формы и способы оплаты, дополнительная информация		
10	Доставка товара	Способы доставки товара, регионы, сроки доставки, цена доставки, дополнительная информация		
11	Получение скидок	Имеется ли система скидок	<i>Скидки по дисконтной карте</i>	<i>Скидки на отдельные товары</i>

Вариант 1: Товарная группа «книжная продукция».

Вариант 2: Товарная группа «аудио, видео».

Вариант 3: Товарная группа «компьютеры и оргтехника».

Вариант 4: Товарная группа «средства связи».

Вариант 5: Товарная группа «программное обеспечение».

Вариант 6: Товарная группа «ювелирные изделия».

Вариант 7: Товарная группа «парфюмерия и косметика».

Вариант 8: Товарная группа «мебель и предметы интерьера».

Вариант 9: Товарная группа «одежда и обувь».

Вариант 10: Товарная группа «спортивные товары».

Вариант 11: Товарная группа «продукты питания».

Вариант 12: Товарная группа «лекарственные препараты».

№ 18. Государственное регулирование коммерческой деятельности.

Внешекономическая деятельность

1. Российская коммерческая фирма АО «Оскар» вышла на рынок в Турцию для реализации торгового оборудования следующего ассортимента: холодильное оборудование по цене 1000 долл., барное оборудование - 900 долл., кухонный инвентарь - 800 долл. и весовое оборудование - 700 долл. за единицу.

Проведенные исследования сложившейся конъюнктуры на рынке в Турции выявили следующую зависимость спроса на товар от уровня его цены: на холодильное оборудование спрос установлен в размере 900 шт. в год; барное оборудование - 1200 шт. в год; кухонный инвентарь - 1400 шт. в год; весовое оборудование _ 1600 шт. в год.

На основе нижеприведенных данных определите наиболее выигрышную внешнеторговую цену с учетом спроса на товар (C_c) при которой достигается максимальная прибыль и уровень эффективности инвестиций фирмы «Оскар» в экспорт (E_{ϕ}) при принятом фирмой нормативном уровне $E_n = 0,20$ руб. в год на 1 руб. инвестиций.

Исходные данные:

Для решения данного задания необходимо полностью заполнить табл. 1 (гр. 5, 8, 9). .

Пояснения к решению задачи.

1. Объем продаж вычисляется умножением спроса на внешнеторговую цену в рублях за единицу торгового оборудования.

2. Совокупные текущие издержки вычисляются суммированием переменных текущих и постоянных текущих издержек

3. Валовая прибыль определяется как разность между объемами продаж и совокупными текущими издержками. При этом рассчитывается наибольшая величина прибыли, которая соответствует определенной внешнеторговой цене в долларах и объему экспорта, соответствующему реализации торгового оборудования по данной цене.

4. До принятия решения о первоочередной реализации какого-то определенного вида торгового оборудования по внешнеторговой цене, соответствующей максимальной прибыли, фирме необходимо установить целесообразность экспорта по этой цене, так как данный уровень цены гарантирует получение максимальной прибыли, но не эффективность экспорта в целом. Поэтому важно установить фактический уровень эффективности инвестиций, связанный с получением желаемой максимальной прибыли.

Известно, что уровень эффективности инвестиций определяется по формуле:

$$E_{\phi} = ((\Pi_{\max} * (100 - H)) / 100) / T_{oc} + T_{об}$$

где $\Pi_{\max}$ - максимальный уровень валовой прибыли, полученный при данной внешнеторговой цене (тыс. руб/год); H - налог на прибыль (в нашем случае равен 35%); T_{oc} - инвестиции в основной капитал, необходимые для организации экспорта то

ргового оборудования (тыс.руб/ год); $T_{об}$ - инвестиции в оборотный капитал, необхо-

димые для реализации экспорта (тыс.руб/год).

Если фактический уровень эффективности инвестиций превышает нормативный, то ежегодный экспорт рассчитанного количества реализации по данной внешнеторговой цене является для фирмы АО «Оскар» целесообразным.

№ п/п	Внешнеторговая цена		Объем спроса, шт./год	Объем продаж, тыс.руб./шт.	Переменны е текущие издержки, тыс.ру./год	Постоянные текущие издержки, тыс.руб./год	Совокупны е текущие издержки, тыс.руб./год	Валовая прибыль, тыс.руб./год
	Долл./шт	Руб./шт						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1000	6000000	900		450000	200000		
2	900	5400000	1200		600000	200000		
3	800	480000	1400		700000	200000		
4	700	420000	1600		800000	200000		

Таблица 1.

2. Российская оптово-посредническая фирма ООО «Вироса» закупила в Китае крупную партию велосипедов (горные и дорожные, мужские и женские, детские и взрослые). Маркетологи фирмы, проанализировав рынок трех южных стран (Турции, Греции и Словении) предложили экспортировать достаточно крупную партию в одну ИЗ них.

Определите по данным анализа внешних факторов рынок трех стран (табл. 1) рынок какой из них наиболее привлекателен для фирмы ООО «Вироса»?

Таблица 1.

Оценочные баллы привлекательности внешних рынков

№ п/п	Фактор	Турция	Греция	Словения
1	Экономические	75	80	45
2	Политические	68	75	44
3	Технологические	81	80	50
4	Культурные	70	88	65
5	Географические	69	80	80
6	Инфраструктурные	80	60	45
7	Каналы распределения	89	90	60
	Итоговый показатель	?	?	?

в качестве экономических факторов серьезное внимание уделялось следующим: доходы на душу населения, уровень урбанизации общества, уровень инфляции и банковская процентная ставка, инвестиционный климат, природные ресурсы.

Среди культурных факторов на первый план выдвигались: модели поведения, традиции езды на велосипеде, язык, общечеловеческие ценности.

2.3.10. Практические задания для оценки компетенции «ПК-6.3»

№ 19. Решение ситуационных задач.

1. Найдите в Интернете 4 интернет-магазина, торгующих продукцией в соответствии с товарной группой вашего варианта.

2. Заполните таблицу 1 информацией о выбранных интернетмагазинах (в последней

колонке укажите название товара, который будете заказывать во всех магазинах).

3. Осуществите моделирование процесса заказа покупки выбранного товара во всех 4-х интернет-магазинах.

Замечание:

1) При моделировании процесса покупки подтверждение заказа ДЕЛАТЬ НЕ НАДО!

2) При покупке товара в интернет-магазинах необходимо проходить процесс регистрации с указанием, в частности фамилии (ФИО), адреса, электронной почты и номера телефона. В случае нежелания предоставлять реальные данные о себе, ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ВВОДИТЕ ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ НЕ СООТВЕТСТВУЮТ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ.

1. Оцените товарный ассортимент (наличие разделов и подразделов).

2. Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

3. Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара/услуги.

4. Оцените доступность и недостатки пользовательского интерфейса.

5. Отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6. Проводилась ли (и на каком этапе) регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?

7. Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов).

8. Перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9. Перечислить предлагаемые электронным магазином систем доставки.

5. Заполните таблицу 2 для сравнения результатов, полученных при моделировании процесса покупки товара в интернет-магазинах.

Замечание: При оценке характеристик интернет-магазина, указанных в пунктах 1-7, использовать 5-ти балльную шкалу.

6. После ознакомления с особенностями структуры интернет-магазинов, ассортиментом товаров и технологией работы, выберите из 4-х магазинов лучший и худший (на ваш взгляд), и заполните таблицу 3.

Таблица 1.

№ вар.	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Классификация Интернет-магазинов	Название товара/услуг

Таблица 2

№	Критерии оценки	Интернет-магазины			
		1	2	3	4
1	Скорость загрузки сайта				
2	Полнота текстового описания				
3	Степень дружелюбности интерфейса				
4	Графическое и мультимедийное описание				
5	Удобство системы регистрации				
6	Дополнительные сервисные услуги				

7	Полнота он-лайн помощи				
8	Стоимость выбранного товара				
9	Количество товарных разделов				
10	Количество шагов при поиске				
11	Количество систем оплаты				
12	Количество систем доставки				

Таблица 3

Пример анализа

№	Структурный элемент или функция	Характеристики структурного элемента или функции	Анализ структурного элемента или функции	
			Лучший	Худший
1	web-витрина	Наличие особенности оформления, информация про навигацию в магазине	<i>Хорошее оформление, приятно для глаза, поиск удобный</i>	<i>Плохое оформление, поиск неудобный</i>
2	Информационный каталог	Наличие, структура особенности поиска информации	<i>Есть информация о стоимости, доставке и способах оплаты. Есть онлайн-помощь.</i>	<i>Есть информация о доставке и стоимости. Помощи нет.</i>
3	Товарный каталог	Структура основные группы(подгруппы) товаров, особенности поиска необходимых товаров	<i>Есть расширенный поиск. Каталог удобный, нет ничего лишнего.</i>	<i>Каталог не очень удобный. Мало подгрупп.</i>
4	Знакомство с товаром	Особенности подачи информации по выбранному товару(изображение, словесное описание, краткая техническая характеристика, цена, другая информация).	<i>Описание товара лаконичное, но полное. Изображение увеличивается.</i>	<i>Недостаточно информации в описании. Изображение увеличивается.</i>
5	Выбор товара	Выбор количества товара, технология отбора товара для кошелька	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>	<i>Кол-во товара можно выбрать сразу или изменить в корзине</i>

6	Кошелек покупателя	Процедура просмотра структура кошелька, процедура изменения содержимого кошелька.	<i>Можно зайти с любой страницы. Удобно использовать. Видно, сколько товаров выбрано и на какую сумму.</i>	<i>Можно зайти с любой стр-цы. Удобно использовать. Видно, какие товары и на какую сумму.</i>
7	Регистрация клиента	Структура карточки регистрации клиента при первом осмотре, при повторном осмотре.	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа.</i>	<i>Регистрация проходит единоразово при подтверждении заказа</i>
8	Оформление заказа	Процедура подтверждения заказа	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>	<i>Подтверждение заказа после регистрации</i>
9	Расчет за товар	Возможные формы и способы оплаты, дополнительная информация		
10	Доставка товара	Способы доставки товара, регионы, сроки доставки, цена доставки, дополнительная информация		
11	Получение скидок	Имеется ли система скидок	<i>Скидки по дисконтной карте</i>	<i>Скидки на отдельные товары</i>

Вариант 1: Товарная группа «книжная продукция».

Вариант 2: Товарная группа «аудио, видео».

Вариант 3: Товарная группа «компьютеры и оргтехника».

Вариант 4: Товарная группа «средства связи».

Вариант 5: Товарная группа «программное обеспечение».

Вариант 6: Товарная группа «ювелирные изделия».

Вариант 7: Товарная группа «парфюмерия и косметика».

Вариант 8: Товарная группа «мебель и предметы интерьера».

Вариант 9: Товарная группа «одежда и обувь».

Вариант 10: Товарная группа «спортивные товары».

Вариант 11: Товарная группа «продукты питания».

Вариант 12: Товарная группа «лекарственные препараты».

№ 20. Государственное регулирование коммерческой деятельности.

Внешнеэкономическая деятельность

1. Российская коммерческая фирма АО «Оскар» вышла на рынок в Турцию для реализации торгового оборудования следующего ассортимента: холодильное оборудование по цене 1000 долл., барное оборудование - 900 долл., кухонный инвентарь - 800 долл. и

весовое оборудование - 700 долл. за единицу.

Проведенные исследования сложившейся конъюнктуры на рынке в Турции выявили следующую зависимость спроса на товар от уровня его цены: на холодильное оборудование спрос установлен в размере 900 шт. в год; барное оборудование - 1200 шт. в год; кухонный инвентарь - 1400 шт. в год; весовое оборудование _ 1600 шт. в год.

На основе нижеприведенных данных определите наиболее выигрышную внешнеторговую цену с учетом спроса на товар (C_c) при которой достигается максимальная прибыль и уровень эффективности инвестиций фирмы «Оскар» в экспорт (E_ϕ) при принятом фирмой нормативном уровне $E_n = 0,20$ руб. в год на 1 руб. инвестиций.

Исходные данные:

Для решения данного задания необходимо полностью заполнить табл. 1 (гр. 5, 8, 9). .

Пояснения к решению задачи.

1. Объем продаж вычисляется умножением спроса на внешнеторговую цену в рублях за единицу торгового оборудования.

2. Совокупные текущие издержки вычисляются суммированием переменных текущих и постоянных текущих издержек

3. Валовая прибыль определяется как разность между объемами продаж и совокупными текущими издержками. При этом рассчитывается наибольшая величина прибыли, которая соответствует определенной внешнеторговой цене в долларах и объему экспорта, соответствующему реализации торгового оборудования по данной цене.

4. До принятия решения о первоочередной реализации какого-то определенного вида торгового оборудования по внешнеторговой цене, соответствующей максимальной прибыли, фирме необходимо установить целесообразность экспорта по этой цене, так как данный уровень цены гарантирует получение максимальной прибыли, но не эффективность экспорта в целом. Поэтому важно установить фактический уровень эффективности инвестиций, связанный с получением желаемой максимальной прибыли.

Известно, что уровень эффективности инвестиций определяется по формуле:

$$E_\phi = ((\Pi_{\max} * (100 - H)) / 100) / T_{oc} + T_{об}$$

где $\Pi_{\max}$ - максимальный уровень валовой прибыли, полученный при данной внешнеторговой цене (тыс. руб./год); H - налог на прибыль (в нашем случае равен 35%); T_{oc} - инвестиции в основной капитал, необходимые для организации экспорта то

ргового оборудования (тыс.руб/ год); $T_{об}$ - инвестиции в оборотный капитал, необходимые для реализации экспорта (тыс.руб/год).

Если фактический уровень эффективности инвестиций превышает нормативный, то ежегодный экспорт рассчитанного количества реализации по данной внешнеторговой цене является для фирмы АО «Оскар» целесообразным.

№ п/п	Внешнеторговая цена		Объем спроса, шт./год	Объем продаж, тыс.руб./шт.	Переменные текущие издержки, тыс.ру./год	Постоянные текущие издержки, тыс.руб./год	Совокупные текущие издержки, тыс.руб./год	Валовая прибыль, тыс.руб./год
	Долл./шт	Руб./шт						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1000	6000000	900		450000	200000		
2	900	5400000	1200		600000	200000		
3	800	480000	1400		700000	200000		
4	700	420000	1600		800000	200000		

Таблица 1.

2. Российская оптово-посредническая фирма ООО «Вироса» закупила в Китае крупную партию велосипедов (горные и дорожные, мужские и женские, детские и взрослые). Маркетологи фирмы, проанализировав рынок трех южных стран (Турции, Греции и Словении) предложили экспортировать достаточно крупную партию в одну ИЗ них.

Определите по данным анализа внешних факторов рынок трех стран (табл. 1) рынок какой из них наиболее привлекателен для фирмы ООО «Вироса»?

Таблица 1.

Оценочные баллы привлекательности внешних рынков

№ п/п	Фактор	Турция	Греция	Словения
1	Экономические	75	80	45
2	Политические	68	75	44
3	Технологические	81	80	50
4	Культурные	70	88	65
5	Географические	69	80	80
6	Инфраструктурные	80	60	45
7	Каналы распределения	89	90	60
	Итоговый показатель	?	?	?

в качестве экономических факторов серьезное внимание уделялось следующим: доходы на душу населения, уровень урбанизации общества, уровень инфляции и банковская процентная ставка, инвестиционный климат, природные ресурсы.

Среди культурных факторов на первый план выдвигались: модели поведения, традиции езды на велосипеде, язык, общечеловеческие ценности.

3. Промежуточная аттестация

3.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Зачет является заключительным этапом процесса формирования компетенций обучающегося при изучении дисциплины и имеет целью проверку и оценку знаний обучающегося по теории, и применению полученных знаний, умений и навыков при решении практических задач.

Зачет проводится по расписанию, сформированному учебно-методическим управлением, в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком. Зачет принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия.

Зачет проводится только при предъявлении обучающимся зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины. Обучающимся на зачете представляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени обучающийся должен ответить на вопросы билета. Результаты зачета оцениваются по четырехбалльной системе и заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдается не позднее следующего дня в деканат.

В случае неявки обучающегося на зачет в зачетно-экзаменационную ведомость

делается отметка «не явка». Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по дисциплине, должны ликвидировать академическую задолженность в установленном локальными нормативными актами порядке.

3.2. Вопросы к зачету с оценкой

№	Вопрос	Код компетенции
1.	1. Понятие и сущность коммерческой деятельности.	ПК-6.2
2.	2. Что является объектом коммерческой деятельности на предприятиях, осуществляющих рекламную деятельность?	ПК-6.2
3.	Что является правовой основой коммерческих договоров?	ПК-6.2
4.	Охарактеризуйте порядок изменения и расторжения договоров.	ПК-6.2
5.	Охарактеризуйте порядок заключения договоров.	ПК-6.2
6.	Какая ответственность будет понесена одной из сторон, заключивших договор, за нарушение его условий?	ПК-6.2
7.	Дайте определение понятий «штраф» и «пеня», охарактеризуйте их различия	ПК-6.2
8.	Задачи и функции закупочной коммерческой деятельности.	ПК-6.2
9.	Механизм функционирования закупочной деятельности. Выбор поставщиков.	ПК-6.2
10.	Перечислите основные задачи и функции закупочной коммерческой деятельности.	ПК-6.2
11.	Как предприятие, осуществляющее производственную деятельность, взаимодействуют с рынком поставщиков?	ПК-6.2
12.	К чему сводятся традиционные формы выбора поставщиков?	ПК-6.2
13.	Перечислите основные задачи и функции сбытовой коммерческой деятельности.	ПК-6.2
14.	Дайте характеристику механизма функционирования сбытовой коммерческой деятельности.	ПК-6.2
15.	Как классифицируются посредники	ПК-6.2
16.	В чем состоит сущность и особенности коммерческой работы на предприятиях розничной торговли?	ПК-6.2
17.	Дайте характеристику особенностей оптовой торговли.	ПК-6.2
18.	Дайте определение понятия «хозяйственные связи в торговле».	ПК-6.2
19.	Каким правовым актом регулируются хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров?	ПК-6.2
20.	Что представляет собой электронная коммерция?	ПК-6.2
21.	Дайте определение интерне-магазина.	ПК-6.2
22.	Назовите характерные черты интернет-магазина.	ПК-6.2
23.	Направления государственного регулирования коммерческой деятельности.	ПК-6.2
24.	Международные коммерческие торгово-посреднические операции, классификационные признаки	ПК-6.2

3.3. Тематика курсовых работ

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

3.4. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

Общие критерии оценивания

Процент правильных ответов	Оценка
91% – 100%	5 (отлично)
81% – 90%	4 (хорошо)
71% – 80%	3 (удовлетворительно)
Менее 70%	2 (неудовлетворительно)

Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

№ вопроса в тесте	Код индикатора компетенции
1	ПК-6.2
2	ПК-6.2
3	ПК-6.2
4	ПК-6.2
5	ПК-6.2
6	ПК-6.2
7	ПК-6.2
8	ПК-6.2
9	ПК-6.2
10	ПК-6.2
11	ПК-6.2
12	ПК-6.2
13	ПК-6.2
14	ПК-6.2
15	ПК-6.2
16	ПК-6.2
17	ПК-6.2
18	ПК-6.2
19	ПК-6.2
20	ПК-6.2
21	ПК-6.2

Ключ ответов

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
1	b, c
2	a
3	b

№ вопроса в тесте	Номер ответа (или ответ, или соответствие)
4	a
5	b
6	b
7	b, c
8	b
9	b
10	a
11	b, d, f, g, h, i
12	a
13	a
14	b
15	a
16	a
17	a
18	a, c, d
19	c
20	d
21	d

Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Оптовая торговля характеризуется следующими классификационными признаками:

- a. качеством продаваемой и поставляемой продукции.
- b. широта товарного ассортимента;
- c. степенью кооперации и формами сбыта;
- d. культурой организации и сервисом;

№ 2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Изменения или дополнения условий заключенного договора:

- a. допускается по соглашению сторон.
- b. допускается по одностороннему заявлению сторон,
- c. не допускается по одностороннему заявлению сторон,

№ 3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Розничная продажа отличается от оптовой:

- a. продажей товаров мелкими партнерами;
- b. продажей товаров населению для личного потребления.
- c. нет отличий;

№ 4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Как классифицируется торговый ассортимент по сложности?

- a. товары простого и товары сложного ассортимента;

- b. товары сложного и товары группового ассортимента;
- c. товары сложного и товары внутригруппового ассортимента;
- d. товары простого и товары укрупненного ассортимента.

№ 5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что такое интернет-витрина

- a. одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц; также место расположения контента сервера.
- b. это сайт, представляющий ассортимент товаров или услуг, это электронный каталог с иллюстративными изображениями продуктов, в котором указаны основные их характеристики.
- c. предназначенная для привлечения покупателей остеклённая часть экстерьера здания магазина, торгового комплекса или музея, которая дает возможность видеть со стороны улицы экспозицию товара внутри помещения

№ 6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Юридическим лицом признается:

- a. Торговые корпорации образуют сеть магазинов, находящихся в общем владении и располагающих общей службой снабжения и сбыта, а также собственным транспортом и складским хозяйством. Магазины, входящие в корпоративную сеть, обычно торгуют определенным ассортиментом товаров, могут иметь одинаковый внешний вид и внутреннее оформление.
- b. Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. нести обязанности, быть иском и ответчиком в суде
- c. Независимые оптовые посредники, закупающие товар преимущественно промышленного назначения с целью его продажи предприятиям и оказания им торговых услуг (доставка, хранение, кредитование), называются дистрибьюторами.

№ 7. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Посредниками являются:

- a. доверитель;
- b. поверенный;
- c. агент;
- d. комитент;
- e. принципал;

№ 8. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

В какой последовательности осуществляется процесс приобретения материалов:

- a. размещение заказов – анализ заказов - выполнение заказов - составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков;
- b. составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков – размещение заказов – анализ заказов - выполнение заказов;
- c. анализ заказов - выполнение заказов - размещение заказов - составление заявок - анализ заявок – выбор поставщиков.

№ 9. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что представляет собой электронная коммерция?

а. это предпринимательская деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, и осуществляемая субъектами на свой риск и под свою ответственность в соответствии с действующим законодательством.

б. торговые операции, а также сопутствующие им маркетинговые операции по продвижению товаров и финансовые операции по их оплате, с использованием возможностей Интернет.

с. самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

№ 10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Можно ли такие операции, происходящие в сфере обращения, как доставка товаров потребителям, хранение, упаковка отнести к коммерческим?

а. да.

б. нет,

№ 11. Задание с множественным выбором. Выберите 6 правильных ответов.

Что является препятствиями для международной коммерческой деятельности:

а. сверхбыстрое развитие средств связи.

б. валютные ограничения;

с. быстрое развитие всех видов транспорта;

д. бюрократические барьеры;

е. глобализация мировой экономики;

ф. различие в государственных стандартах;

г. политика;

х. языковой барьер;

и. таможенные барьеры;

№ 12. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Является ли реэкспортная сделка коммерческой деятельностью по вывозу за границу, ранее ввезенного товара иностранного производства?

а. да

б. нет

№ 13. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Заключенный договор может быть расторгнут:

а. да по соглашению сторон

б. да

с. нет

№ 14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Под «коммерцией» понимают:

а. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли

b. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров

c. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров

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

№ 15. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Является ли ИПБОЮЛ юридическим лицом?

a. нет.

b. да, в любом случае;

c. да, с момента регистрации в качестве ИПБОЮЛ;

№ 16. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Понятие «оптовый товарооборот» означает продажу товаров:

a. крупными партиями;

b. торговым предприятиям;

c. торговым предприятиям или оптовым посредникам для последующей перепродажи.

№ 17. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

a. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка

b. в организации товаров

c. в формировании ассортимента товаров

d. в организации торгового обслуживания покупателей

№ 18. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Исходные данные необходимые для определения потребности предприятия в материальных ресурсах:

a. нормы расхода материальных ресурсов в соответствии с принятой на предприятии технологией производства

b. доход от реализации продукции предприятия,

c. наличие запасов материальных ресурсов на складе предприятия,

d. спрос покупателей на продукцию данного предприятия,

e. себестоимость продукции предприятия,

№ 19. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какое направление внешнеэкономической деятельности может обеспечить максимальный доход в собственной стране:

a. компенсационная торговля;

b. участие в международных выставках, ярмарках.

c. экспорт;

d. торговля лицензиями;

№ 20. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Под «коммерцией» понимают:

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

б. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров

с. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли

д. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров

№ 21. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя; не является собственником продукции. За оказанные услуги ему выплачивается вознаграждение в виде процентов от суммы операции.

а. Брокер.

б. Дистрибьютор.

с. Дилер.

д. Комиссионер.