

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Солоненко Анна Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 24.12.2024 12:39:17
Уникальный программный ключ:
d9ba9a2cd160ab0042f05037f8b3050e51



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована
ООО «ДКС РУС» по международному стандарту ISO 9001:2015

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РАССМОТРЕН:

На заседании цикловой комиссии
общепрофессиональных экономических и
товароведных дисциплин и профессиональных
модулей протокол № 1 от «31» августа 2022 г
Председатель цикловой комиссии

 О.Н. Бортникова

УТВЕРЖДАЮ:

Декан

 А.А. Иванова
«31» августа 2022г.

ФОНД оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

дисциплины

ОП.01 Основы коммерческой деятельности

специальность

38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
(базовая подготовка)



*Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована
ООО «ДКС РУС» по международному стандарту ISO 9001:2015*

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Паспорт
комплекса оценочных средств
дисциплины
ОП.01 Основы коммерческой деятельности
специальность
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
(базовая подготовка)

Паспорт комплекса оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров по заочной и очной форме обучения

Организация-разработчик: Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Астраханский государственный технический университет» (ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»).

Разработчик:

Преподаватель высшей квалификационной категории М.С. Беляева

Рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии общепрофессиональных экономических и товароведных дисциплин и профессиональных модулей, протокол № 1 от «31» августа 2022 г.

Председатель цикловой комиссии  Бортникова О.Н.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Комплекс оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, по очной и заочной форме обучения освоивших программу учебной дисциплины «Основы коммерческой деятельности».

КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета, по ОП.01 «Основы коммерческой деятельности»

КОС разработан на основании положений:

ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза потребительских товаров;

Программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза потребительских товаров.

2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ВИДАМ АТТЕСТАЦИИ

Для паспорта КОС учебной дисциплины

Код и наименование элемента умений или знаний, практического опыта, общих и профессиональных компетенций	Виды аттестации		
	<i>Текущий контроль</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>	
		<i>Диф. зачет/ зачет</i>	<i>Экзамен</i>
У1 определять виды и типы торговых организаций	+	+	
У2 устанавливать соответствие вида и типа розничной торговой организации ассортименту реализуемых товаров, торговой площади, формам торгового обслуживания.	+	+	
	+	+	
31 сущность и содержание коммерческой деятельности;	+	+	
32 терминологию торгового дела;	+	+	
33 формы и функции торговли;	+	+	
34 объекты и субъекты современной торговли	+	+	
35 характеристики оптовой и розничной торговли;	+	+	
36 классификацию торговых организаций;	+	+	
37 идентификационные признаки и характеристика торговых организаций различных типов и видов;	+	+	
38 структуру торгово-технологического процесса;	+	+	
39 принципы размещения розничных торговых организаций;	+	+	
310 устройство и основы технологических планировок магазинов;	+	+	
311 технологические процессы в магазинах;	+	+	
312 виды услуг розничной торговли и требования к ним;	+	+	
313 составные элементы процесса торгового обслуживания покупателей;	+	+	
314 номенклатуру показателей качества услуг и методы их определения;	+	+	
315 материально-техническую базу коммерческой деятельности;	+	+	
316 структуру и функции складского хозяйства оптовой и розничной торговли;	+	+	
317 назначение и классификацию товарных складов;	+	+	
318 технологию складского товародвижения.	+	+	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	+	+	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	+	+	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	+	+	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	+	+	

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	+	+	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	+	+	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	+	+	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	+	+	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	+	+	
ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.	+	+	
ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.	+	+	
ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.	+	+	
ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.	+	+	
ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.	+	+	
ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.	+	+	
ПК 2.3. Выполнять задания эксперта более высокой квалификации при проведении товароведной экспертизы.	+	+	
ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.	+	+	
ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.	+	+	
ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.	+	+	
ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.	+	+	
ПК 3.5. Оформлять учетно-отчетную документацию	+	+	

Типовая спецификация оценочного средства - Реферативное задание

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Реферативное задание входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. **Контингент аттестуемых** обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. **Условия аттестации** текущий контроль

4. **Структура (макет) варианта оценочного средства** – реферативное задание

Реферативное задание № 1

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность, цели, задачи коммерческой деятельности в торговых организациях.
2. Основные принципы коммерческой деятельности.
3. Характер и содержание процессов выполняемых в торговле.
4. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.
5. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
6. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
7. Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности.

Реферативное задание № 2

Студент готовит реферат на темы:

1. Стиль делового человека как реклама потенциальных возможностей фирмы.
2. Вербальные и невербальные средства повышения эффективности в сфере бизнеса.
3. Взаимосвязь этики и делового этикета.
4. Внешний вид бизнесмена (специфика делового костюма, позы, мимика, жесты делового человека и т.д.).
5. Деловой этикет как необходимость современного бизнеса.
6. Искусство делать деловые подарки.
7. Искусство отвечать на вопросы.
8. Имидж фирмы.
9. Использование мотивации сотрудников и разрешение мотивационных конфликтов.
10. Личностные характеристики преуспевающего человека.
11. Проблемы личностных отношений в торговом коллективе.
12. Основные правила психологии продаж.
13. Ораторское искусство как фактор достижения бизнесе.
14. Особенности международного и межрелигиозного этикета в деловом мире.
15. Потребитель будущего.
16. Письменное общение в деловом мире (деловая переписка; виды деловых писем; личная корреспонденция; поздравления; соболезнования и т.д.).

17. Основные психологические ограничения, препятствующие работе торговой фирмы.
18. Психологические аспекты деловой беседы.
19. Зарубежный опыт работы рекламных фирм и способы воздействия на потребителя (с демонстрацией рекламных роликов).
20. Психологические аспекты деловых переговоров.
21. Психологические особенности типов людей, встречающихся в деловом мире и специфика работы с ними.
22. Развлечения и бизнес (специфика приглашений; угощения и приемы в деловом мире и т.д.).
23. Слагаемые имиджа деловой женщины
24. Слагаемые имиджа делового мужчины.
25. Интерьер и экстерьер торговой фирмы – важный фактор конкурентной среды..
26. Специфика имиджа делового человека (личный стиль работы; личный стиль труда) фирмы вашей мечты.
27. Специфика деловой беседы (виды деловых бесед, типы собеседников, беседа как средство разрешения конфликта и т.д.).
28. Специфика деловых переговоров (правила ведения переговоров, рекомендации при работе с партнером; протокольные мероприятия при проведении переговоров и т.д.).
29. Специфика деловых телефонных разговоров (факсимильной связи).
30. Специфика международного этикета.
31. Специфика межрелигиозного этикета.
32. Специфика восприятия делового человека иностранными партнерами по бизнесу (психологические, эстетические, культурные особенности).
33. Этика внутриколлективного сотрудничества как одна из стратегий деловых отношений.
34. Этика сделки.
35. Психология воздействия рекламы, международный опыт внедрения рекламных средств.

Реферативное задание № 3

Студент готовит реферат на тему: Коммерческая тайна и составляет примерный образец обязательства о неразглашении коммерческой тайны при приеме на работу:

Реферативное задание № 4

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле.
2. Договор поставки товаров
3. Заявки и заказы на товары.
4. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность.
5. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.

Реферативное задание № 5

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров.
2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров:
 - организация хозяйственных связей
 - формы и методы оптовой продажи товаров.

3. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.
4. Организаторы торгового оборота: товарные биржи, аукционы, ярмарки, оптовые рынки.

Реферативное задание № 6

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность коммерческой работы по розничной продаже товаров.
2. Методы розничной продажи товаров.
3. Классификация розничных торговых предприятий.
4. Характеристика розничных торговых предприятий.
5. Основные факторы формирования торгового ассортимента на предприятиях розничной торговли.
6. Сущность и содержание закупочной работы.
7. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков.
8. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
9. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров.
10. Оптовые (продовольственные) рынки, их роль в закупках товаров.

Реферативное задание № 7

Студент готовит реферат по теме: Организация биржевой торговли.

Реферативное задание № 8

Студент готовит реферат на тему: Управление товарными запасами.

Реферативное задание № 9

Студент готовит реферат на тему: Прямая почтовая реклама по ситуации и, отвечая на вопросы.

Иван Садовников
Москва, ул. Лесная аллея, д. 43
12 августа 1993 г.
Г-ну Джеймсу Гудфеллоу
Москва, Садовый проспект, д.30

Уважаемый господин!

Пользуясь этой возможностью, чтобы довести до Вашего сведения информацию об услугах по садоводству, которые я предоставляю.

Я получил степень по садоводству в Лондоне и имею десятилетний опыт работы в этой области за рубежом и в России.

Я могу обеспечить еженедельный прекрасный ход за Вашим садом по разумным расценкам, и у меня есть все необходимое оборудование.

С надеждой жду Вашего ответа и вкладываю конверт со своим почтовым адресом.

С наилучшими пожеланиями,
Иван Садовников.

Вопросы и задания:

1. Определите вид делового письма.
2. Проанализируйте текст рекламного письма. Какую информацию может получить адресат о предлагаемой услуге?
3. Какие ошибки, на Ваш взгляд, допущены при составлении текста?

4. Подготовьте свой вариант текста письма прямой почтовой рекламы

Реферативное задание № 10

Студент готовит реферат на тему: Организация рекламно-информационной работы.

Типовая спецификация оценочного средства - Аналитическое задание

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Аналитическое задание входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

2. Контингент аттестуемых обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства - аналитическое задание

Аналитическое задание № 1

Аналитическое задание сделано в 1-ом варианте

1. Директор магазина совершил обход секций. Он был доволен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что то невнятно говорить, но директор.....

Что предпринял директор?

2. Ваш подчиненный постоянно опаздывает на работу. И каждый раз, когда вы ему делаете замечания, он находит оправдания, которые кажутся вам объективными. Вы считаете, что так дальше продолжаться не может.

В чем будет состоять цель вашей критики?

Какую тактику критики вы выберете?

3. Ваш непосредственный начальник постоянно недоволен вашей работой. Что бы вы не делали, он бракует. Вы не раз пытались подстраиваться под него. Но дело не изменилось. Тогда вы решили высказать ему критические замечания!

Как бы вы поступили на самом деле?

Что надо сделать, чтобы сохранить деловые отношения?

4. Руководитель объясняет молодому работнику, что надо придерживаться установленных правил, а не поступать по своему усмотрению. Молодой человек раздраженно отвечает «Вы призываете к творчеству, а сами пресекаете любую инициативу».

Как продолжить беседу, чтобы разговор получился искренним и не обидным?

Аналитическое задание № 2

Аналитическое задание составлено в 2-ух вариантах.

Вариант 1.

1. ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевик», Составьте от имени ООО коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий универсаму «Новоарбатский».

2. Поставщик – торгово-производственная фирма «Диомен» - представил покупателю Воскресенскому РПС – проект договора поставки детской обуви с условием обязательной предоплаты товара.

Какую формулировку этого условия договора Вы укажите от имени покупателя?

3. Муромский РПС получил от фирмы «Чинар» предложение (оферту) на поставку в 2018 году бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела райпотребсоюза в случае ее акцепта?

4. В тексте проекта договора АО Минского завода «АМО» предусмотрена поставка холодильников «Атлант» Волоколамскому РПС ежеквартально равными партиями.

Какую формулировку этого условия Волоколамский РПС, как покупатель, должен указать в протоколе разногласий?

Вариант 2

1. В проекте договора поставки Можайскому РПС фирмой «Квинта» предусмотрена поставка масла растительного на 2018 год на сумму 200 тыс. рублей. Составьте по изложенному условию проекта договора от лица покупателя – Можайского РПС протокол разногласий.

2. Согласно договору торговый дом «Кентавр» поставил Рамескому РПС парфюмерно-косметические товары на сумму 6 млн. рублей. При приемке поступивших изделий комиссия РПС установила, что шампунь «Ромашка» на сумму 10 тыс. рублей по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел РПС в сложившейся ситуации?

3. В результате приемки поступивших в универмаг Малаховского РПС мужских костюмов от ОАО «Большевичка» комиссией универмага забракованы костюмы на сумму 70 тыс. рублей как несоответствующие по качеству требованиям образцов и договору. Форма оплаты товара предварительная.

Каковы действия коммерческой службы универмага в сложившейся ситуации?

4. Печорская МРБ получила партию стиральных машин «Вятка-автомат» от ОАО Кировский завод «Электродприбор». В процессе приемки установлено, что в 10 машинах имеются отдельные дефекты, возникшие по вине изготовителя.

Какое решение в данной ситуации может принять коммерческий аппарат МРБ?

Аналитическое задание № 3

1. Предприятие выпускает продукцию, производство которой требует 52000 комплектующих изделий. Их можно купить по 120 рублей за штуку, либо изготовить на своем предприятии при переменных расходах 110 рублей на одно изделие, постоянных – 650 000 рублей.

Следует ли предприятию закупать комплектующие изделия?

2. Из книг учета заказов торгового предприятия известно, что ежегодно им закупается 1000 единиц продукции, по 5 условных единиц за каждую. На делопроизводство, телефонные переговоры, содержание персонала в пересчете на 1 заказ требуется 20 условных единиц. Хранение 1 единицы продукции обходится в 0,5 условных единиц.

Каким будет оптимальный размер заказа для торгового предприятия, и определите количество заказов в год?

3. Предприятию необходимо сделать заказ поставщику на поставку электродвигателей. Годовая стоимость заказа 900 млн. рублей. Стоимость издержек партии товара – 10 млн. рублей, а стоимость издержек хранения товара составляет 20% стоимости партии.

Требуется рассчитать ОРП.

4. Предприятие производит изделие А из материала Х. На одно изделие расходуется 10 кг материала Х. На складе предприятия на 1 апреля имеется 850 кг материала Х и в марте было заказано поставщику 1000 кг материала Х.

Какова потребность в материале Х на II-й квартал, если известно, что во II-м квартале надо изготовить 8800 изделий А, а на конец квартала запас по материалу Х должен составлять 900 кг?

Аналитическое задание № 4

1. Вспомните известные рекламные обращения конкретных фирм и, проанализировав их, ответьте на следующие вопросы:

Каково содержание обращения?

Какую ответную реакцию, по вашему мнению, ожидает компания на свое обращение: осведомление, знание, предпочтение, убежденность или совершение покупки?

2. Вы – владелец фирмы, оказывающей услуги населению по химической чистке одежды. Какое стимулирование потребителей Вы выберете?

3. Какие мероприятия включает в себя работа с общественностью:

- корпоративные мероприятия;
- распределение купонов;
- общественные мероприятия;
- специальные мероприятия;
- письма к продавцам.

Приведите примеры, когда крупные фирмы оказывают спонсорскую поддержку в каких-либо мероприятиях.

Типовая спецификация оценочного средства – Тестирование

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Тестирование входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства - тестирование

Тестирование № 1

Тест составлен в 1-ом варианте.

1. Понятие «коммерция», «коммерческий» означает:

- а) торговлю;
- б) любую деятельность, приносящую доход;
- в) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли.

2. В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий;
- б) предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства.

3. Коммерческая работа в неторговой деятельности может осуществляться:

- а) да;
- б) нет.

4. Более широким понятием является:

- а) коммерция;
- б) предпринимательство;
- в) идентичные понятия.

5. В торговле осуществляются процессы:

- а) основные и дополнительные;
- б) коммерческие и производственные;
- в) самые различные.

6. К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров;
- б) хранение товаров;
- в) изучение и прогнозирование спроса;
- г) подсортировка товаров;
- д) заключение договоров на поставку товаров;
- е) рекламно-информационная работа.

Тестирование № 2

Тест составлен в 2-ух вариантах:

Вариант 1.

1. Кто отвечает за учет, хранение и использование документов, содержащих конфиденциальные сведения:

- секретарь;
- любой сотрудник;
- должностное лицо, назначенное приказом руководителя.

2. Какие сведения указываются на последнем листе документа:

- гриф ограничения доступа к документу;
- фамилия и номер телефона исполнителя;
- фамилии должностных лиц, имеющих доступ к документу.

3. Печатаются ли конфиденциальные документы производится:

- сотрудником машбюро;
- сотрудником службы конфиденциальной информации;
- исполнителем.

4. При изготовлении документов, содержащих конфиденциальную информацию, не должны использоваться:

- новая красящая лента;
- бумага хорошего качества;
- копировальная бумага;
- новая копировальная бумага.

5. Ставится ли гриф конфиденциальности на конверте:

- да;
- нет.

6. Прием и предварительное рассмотрение документов, содержащих конфиденциальные сведения, осуществляются:

- секретарем;
- сотрудником службы конфиденциальной информации;
- сотрудником, назначенным руководителем.

7. Может ли с документа, поступившего с грифом ограниченного доступа, этот гриф снят:

- да, если документ не входит в Перечень документов фирмы, отнесенных к категории конфиденциальных;
- нет, если документ входит в Перечень;
- нет, если документ не входит в Перечень.

8. Отправка конфиденциальных документов осуществляется:

- секретарем;
- исполнителем;
- сотрудником службы конфиденциальной информации.

Вариант 2.

1. Документы, содержащие конфиденциальную информацию, регистрируются:

- вместе с другими документами;
- отдельно от остальной корреспонденции;
- на персональном компьютере.

2. Номенклатура дел для документов, содержащих гриф «КТ», является:

- составной частью общей номенклатуры дел;
- самостоятельным документом;
- общей номенклатурой, но на делах с конфиденциальными документами ставится особая отметка.

3. Документы, имеющие гриф «КТ», формируются:

- в отдельное дело (дела)
- в те же дела, что и открытые документы.

4. Список сотрудников, имеющих право пользоваться делом, пишется:

- на обложке дела;
- на внутренней стороне обложки дела;
- в описи дела;
- в заверительном листе к делу.

5. Назовите разделы номенклатуры дел:

- индекс дела;
- гриф конфиденциальности;
- заголовок дела;
- фамилия и инициалы лиц, которым предоставляется право пользования делом;
- номер тома;
- дата;
- количество листов в томе;
- дата заведения и закрытия дела;
- срок хранения и номер статьи Перечня;
- архивный шифр, номер акта об уничтожении.

6. С какими документами должен ознакомиться работник, получивший доступ к конфиденциальной информации:

- обязательство о неразглашении коммерческой тайны;
- должностная инструкция;
- памятка работнику;
- примерный перечень сведений, составляющих коммерческую тайну.

7. Коммерческий документ, представляющий собой претензии к стороне, нарушившей принятые по договору обязательства, и требование возмещения убытков, называется:

- исковое заявление;
- рекламация;
- протокол разногласий.

8. Ответ на претензию предъявляется:

- в письменном виде;
- в устной форме.

Тестирование № 3

1. В понятиях хозяйственных связей поставщиками и покупателями входят:

а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
б) экономические отношения поставщиков и покупателей;
в) коммерческие взаимоотношения поставщиков и покупателей;
г) административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
д) совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

2. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике:

а) основные условия поставок отдельных товаров;
б) положения о поставках продукции производственно-технологического назначения и товаров народного потребления;
в) Гражданский кодекс Российской Федерации.

3. Договор поставки ступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор;
б) оформления договора в письменном виде;
в) получения стороной, направившей оферте, ее акцепта.

4. Считается ли договор заключенным в письменной форме путем обмена документа по телефаксной сети:

а) да;
б) нет.

5. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

а) во всех случаях;
б) для установления качества поставленных товаров;
в) при поставках товаров сложного ассортимента;
г) при поставках товаров простого ассортимента.

6. При заключении договора поставки всегда составляется протокол разногласий:

а) да;
б) нет.

7. Спецификация, подписанная сторонами, может заменить договор поставки:

а) да;
б) нет

8. Изменения или дополнение условий заключенного договора:

а) не допускается по одностороннему заявлению сторон;
б) допускается по одностороннему заявлению сторон;
в) допускается по соглашению сторон.

9. Заключенный договор может быть расторгнут:

а) да;
б) нет.

Тестирование № 4

1. Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости: $D = T \text{ и } T^1 - D^1$:

- а) не имеет прямого отношения;
- б) имеет косвенное отношение;
- в) раскрывает сущность закупочной работы.

2. Закупки товаров по своей экономической природе представляют:

- а) оптовый товарооборот;
- б) мелкооптовый товарооборот;
- в) розничный товарооборот.

3. Коммерческая работа по своей экономической природе представляет:

- а) да;
- б) нет.

4. Понятия источник поступления и поставщик это:

- а) идентичные понятия;
- б) понятия, имеющие отличия.

5. Оптовая ярмарка-выставка отличается от оптового продовольственного рынка:

- а) нет отличий;
- б) эпизодичность проведения;
- в) организаций проведения.

6. Оптовый продовольственный рынок отличается от товарной биржи:

- а) нет отличий;
- б) наличием собственного складского хозяйства;
- в) организацией торговли.

Тестирование № 5

Тест составлен в 2-ух вариантах.

Вариант 1.

1. Целью коммерческой стратегии является:

а) определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;

б) определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;

в) разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;

г) определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

2. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

а) с куплей товаров и/или услуг;

б) с продажей товаров и/или услуг;

в) с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;

г) с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;

д) с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

3. Что является объектом коммерческой деятельности?

- а) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- б) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- в) реклама; представительские услуги;
- г) аудит; консалтинг;
- д) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

4. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- а) реальное воплощение товара;
- б) замысел товара;
- в) дополнение к товару;
- г) доставка товара;
- д) использование товара.

5. К коммерческим организациям не относятся:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) потребительские кооперативы;
- г) государственные унитарные предприятия

6. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
- в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

7. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- а) отдел координации закупок и продаж;
- б) отдел транспорта и таможенных операций;
- в) отдел маркетинга и цен;
- г) отдел рекламы;
- д) отдел работы с посредниками;
- е) все вышеперечисленные варианты верны

8. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- а) изучение рынков;

- б) изучение рынков поставщиков и потребителей;
- в) разработка контрактов с определением цен

9. 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.

10. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

- а) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;
- б) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- в) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- г) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- д) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

11. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- а) розничная продажа;
- б) оптовая продажа;
- в) стимулирование сбыта;
- г) сезонные скидки

12. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- а) коммерческим организациям;
- б) некоммерческим организациям;

13. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:

- а) скидки с цены;
- б) премии;
- в) распространение купонов;
- г) бесплатные образцы товаров
- д) нет правильного ответа

14. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- а) маркетинга;
- б) сбыта;
- в) услуг;
- г) кадров

15. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- а) цена и качество;
- б) скидки и доступность информации;

в) принадлежность к одной отрасли

Вариант 2.

1. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- а) контакты с поставщиками;
- б) технические справочники;
- в) опрос экспертов

2. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- а) производитель – потребитель;
- б) производитель – посредник – потребитель;
- в) производитель – оптовый торговец – розница – потребитель

3. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- а) разработка каталогов и прейскурантов;
- б) доставка товара к месту продажи;
- в) распаковка и расконсервация;
- г) подготовка товара к продаже;

4. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- а) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- б) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
- в) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- г) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

5. Торговый ассортимент представляет собой:

- а) совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- в) совокупность товаров, находящихся на рынке;
- г) совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

6. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- а) ассортимент товаров; величина предприятия;
- б) способ продаж; объем услуг;
- в) расположение; организационно правовая форма;
- г) ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
- д) величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

7. Что такое «широта» ассортимента?

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

г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

8. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- а) внутриотраслевые;
- б) межотраслевые;
- в) прямые;
- г) опосредованные;
- д) длительные

9. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- а) поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- б) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- в) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- г) согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

10. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- а) игры;
- б) премии лучшим торговым работникам;
- в) проведение конференций продавцов;
- г) моральные поощрения

11. Какой вид сервиса не существует?

- а) предпродажный;
- б) послепродажный;
- в) внутрипродажный;
- г) все вышеперечисленные варианты верны

12. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- а) материально-техническое обеспечение;
- б) производственные;
- в) финансовые;
- г) информационные;
- д) материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

13. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- а) личный отбор товара на складе;
- б) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- в) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- г) с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;

д) личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

14. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- а) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- б) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- в) личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- г) наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- д) деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

15. 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.

Тестирование № 6

1. Личная продажа включает в себя:

- а) розничную продажу;
- б) стандартную продажу;
- в) продажу со склада.

2. Что включает в себя личная (персональная) продажа?

- а) личные беседы с клиентами;
- б) проведение выставок;
- в) приемы.

3. Личные продажи направлены на:

- а) продажу товаров производственного назначения;
- б) продажу дорогих товаров повышенного риска;
- в) участие в аукционах.

4. Основные направления стимулирования продаж это

- а) целевые покупатели;
- б) СМИ;
- в) банки;
- г) собственный торгово-сбытовой персонал.

5. Основными инструментами стимулирования продаж являются:

- а) скидки с цены;
- б) продажа товара в кредит;
- в) мерчендайзинг.

6. Симулирование продаж это

- а) личные беседы с клиентами;

- б) формирование общественного мнения;
- в) система мер, направленная на создание у покупателя заинтересованности в покупке товаров и ее увеличении.

7. Реклама это

- а) диалог, посредством которого продавец выражает свои намерения продать товар, а покупатель заинтересованность в его приобретении;
- б) средство, только стимулирующее покупку;
- в) рекламное сообщение.

Тестирование № 7

Тест составлен в 2-ух вариантах.

Вариант 1

1. Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет:

- а) полная информация
- б) основная задача
- в) процесс рынка
- г) основная цель коммуникационной политики

2. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- а) 7
- б) 5
- в) 6
- г) 10

3. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:

- а) поддержка торговой активности
- б) персональные продажи
- в) стимулирование сбыта
- г) имидж

4. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

- а) сейлз-промоушн
- б) паблик-релейшнз
- в) директ-маркетинг
- г) таргетинг

5. Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) реклама и пропаганда
- б) товарная реклама и фирменный стиль
- в) реклама и фирменный стиль
- г) пропаганда и рекламный слоган

6. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

- а) прямая реклама

- б) безличная реклама
- в) товарная реклама
- г) престижная реклама

7. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одностигбное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- а) листовка
- б) плакат
- в) буклет
- г) проспект

8. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

- а) кинофильм
- б) видеофильм
- в) слайд-фильм

9. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

- а) радиообъявление
- б) радиоролик
- в) телоролик
- г) телерепортаж

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

- а) почтовая реклама
- б) наружная реклама
- в) подарочные изделия
- г) рекламные сувениры

Вариант 2.

1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:

- а) стратегия рекламы
- б) понимание
- в) задача рекламы
- г) принцип рекламы

2. Распространение информации о существовании продукта – это:

- а) понимание
- б) отношение
- в) знание
- г) намерение

3. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это:

- а) директ-маркетинг
- б) сейлз-промоушн
- в) паблик-рилейшнз
- г) таргетинг

4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:

- а) рынок
- б) рекламное агентство
- в) средство распространения рекламы
- г) таргетинг

5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

- а) товарная реклама
- б) престижная реклама
- в) информативная реклама
- г) увещательная реклама

6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:

- а) 10
- б) 6
- в) 8
- г) 12

7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

- а) проспект
- б) буклет
- в) листовка
- г) плакат

8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:

- а) радиожурнал
- б) радиоролик
- в) радиообъявление
- г) радиорепортаж

9. Рекламно-информационное письмо относится к:

- а) рекламным материалам
- б) почтовой рекламе
- в) рекламным сувенирам
- г) наружной рекламе

10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:

- а) фирменные упаковочные материалы
- б) фирменные сувенирные изделия
- в) подарочные изделия
- г) серийные сувенирные изделия

Типовая спецификация оценочного средства - Практическая работа

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Практическая работа входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства – практическая работа

Практическая работа № 1

Расчет точки безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Цель: Научится рассчитывать точки безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Ход работы

Задание выполняется каждым студентом.

Задание. Рассчитать точку безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах (таблица №1).

Таблица №1

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	220	290	380
Уровень издержек обращения, %	21,2	20,6	20,0

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода (т.е. отношения суммы торговых надбавок к сумме товарооборота в %) в размере 27 %. Доля постоянных издержек обращения предусматривается 40 %, а переменных – 60%.

Практическая работа № 2

Задачи на этическую оценку управленческих решений.

Цель: Принять решения и обосновать задачи на этическую оценку

Ход работы

Задание выполняется каждым студентом.

Задание 1. Примите решение по каждой ситуации и обоснуйте его.

1. Вы главный менеджер в крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики АО всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от вас зависит решение – подписать новый контракт или нет.

С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым актуальная для этого региона проблема безработицы, с другой – это принесет большой доход вашей фирме. Однако вы, занимаясь производством

и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно вам в руки попал отчет об исследовании, в котором была установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями.

Каково будет ваше решение? Подпишите ли вы новый контракт или нет? Почему?

2. Вы – менеджер по маркетингу в фирме, выпускающей бытовую технику. Фирма с помощью дорогостоящих исследований попыталась усовершенствовать один из выпускаемых товаров, а именно - пылесос. Пылесос по-прежнему не ионизирует воздух, хотя именно к этому результату пытались прийти в результате исследований. По этому новый тип пылесоса не стал по настоящему усовершенствованной новинкой. Вы знаете, что появление надписи «Усовершенствованная новинка» на упаковке и в рекламе средств массовой информации повысит значительно сбыт такого товара.

Какое решение вы примите. Сделаете такую надпись или нет? Почему?

3. Вы – менеджер в фирме, производящей программные продукты для ПК. На одной из презентаций вы знакомитесь с молодой (ым) женщиной (мужиной), которая недавно была управляющей на фирме – конкуренте. По какой причине она была уволена, и теперь держит обиду на эту фирму. Вы можете начать ухаживать за ней (ним) и можете пообещать взять ее (его) в свою фирму на работу. Обида так сильна, что она (он) с удовольствием расскажет обо всех планах вашего конкурента и своего бывшего работодателя.

Пойдете ли вы на этот шаг? Почему?

4. Вы – менеджер крупной компании по продаже автомобилей. Компания имеет широкую сеть дилеров. Недавно у одного из них, работающего на важной сбытовой территории, начались неурядицы в семье. Дело идет к разводу, но дилер пытается приостановить и изменить решение, принятое женой. В недалеком прошлом это был один из самых опытных и результативных продавцов вашей фирмы, и он имел торговую привилегию. Удастся ли ему сохранить семью, как скоро войдет в норму его семейная жизнь? Сейчас же большое количество продаж теряется. Вы, как менеджер, имеете юридическую. Возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его.

Как вы поступите? Почему?

5. Вы – менеджер по маркетингу и хотите сделать выборочный опрос потребителей об их реакциях на товар конкурента. Для этого вы должны провести опрос якобы от лица несуществующего «Института маркетинга и конъюнктуры рынка».

Сделаете ли вы такой опрос. Почему?

Задание 2. Результат выполненной работы оформите в формате Microsoft Office Word

Практическая работа № 3

Формирование ассортимента и управление торговыми запасами

Цель: научиться определять параметры торгового ассортимента

Ход работы:

Задание 1. Определите параметры товарного ассортимента завода пластмасс, представленного в таблице № 1 (широту, длину, глубину, сопоставимость). Перечислите возможные маркетинговые решения по ассортименту.

Таблица № 1 Товарный ассортимент завода пластмасс

Лаки	Эмали	Кожи синтетические	Линолеум	Нетканые материалы
1. Лаки нитроцеллюлозные 1.1. Лак цветной 1.2. Лак бесцветный 1.3. Лак черный 1.4. Лак кожаный 2. Лаки пентафталевые 2.1. Лак ПФ – 060 3. Лаки битумные 3.1. Лак БТ – 5100 4. Лаки перхлорвиниловые 4.1. Лак ХВ - 784	1. Эмали нитроцеллюлозные 1.1. Эмаль НЦ – 25 - белая - желтая - голубая - красная 1.2. Эмали НЦ – 132 П - зеленая - серая - синяя - черная 1.3. Эмали пентафталевые ПФ – 115 - белая - голубая 1.4. Эмаль глифталевая ГФ 1426 -защитная	1. Нитромск-кожи 1.1. на ткани 1.2. на ткани корд 2. Термогранитоль 2.1. 180 г/м ² 2.2. 230 г/м ² 2.3. 280 г/м ² 3. Уретанис кожа обувная 3.1. вид 21 3.2. вид 25 3.3. вид 27 4. Эластоиск кожа обувная 4.1. вид 21 4.2. вид 25 4.3. вид 27	1. Линолеум ПВХ марки Т 2. Линолеум ПВХ марки Х	1. Полотно объемное 1.1. 200 г/м ² 1.2. 300 г/м ² 2. Утеплитель объемный 2.1. 60 г/м ² 2.2. 30 г/м ² 2.3. 10 г/м ²

Задание 2. Проранжируйте потребителей, которые прекращают делать покупки в вашем магазине по следующим причинам:

- отсутствие контактов с продавцом и его безразличие к потребителю;
- неудовлетворенность качеством товара;
- конкуренция;
- дружеские или родственные связи с людьми из других компаний;
- переезд на новое место.

Задание 3. Результат выполненной работы оформите в виде презентации, предоставив достаточное количество иллюстрированного и графического материала.

Практическая работа № 4

Реклама.

Цель: Научиться составлять рекламу с учетом конкретных потребительских мотивов.

Ход работы

Задание 1. Составить и оформить рекламу с учетом конкретных потребительских мотивов

Вариант 1.

Коммерческая фирма «Гермес» закупила у испанской фирмы крупную партию оливок и маслин в широком ассортименте. Генеральный директор фирмы «Гермес» поручил коммерческому отделу подготовить текст рекламного объявления о предстоящем поступлении на рынок указанных товаров для показа на телевидение.

Вариант 2.

Коммерческая фирма «Весна» планирует открыть в 4 квартале 2019 специализированный магазин торговой площадью 250 кв. м. по торговле сувениров и

подарков. Генеральный директор фирмы поручил коммерческой службе подготовить рекламное объявление для показа на телевидение.

Задание 2. Результат выполненной работы оформите в виде презентации, предоставив достаточное количество иллюстрированного и графического материала.

Типовая спецификация оценочного средства - Круглый стол

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Круглый стол входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства - устный опрос

Круглый стол № 1

Данные ситуации прорабатываются каждым студентом, а затем происходит обсуждение и дается экспертная оценка

1. Предложите методы розничной продажи различных товаров во вновь открываемом универмаге.

В универмаге будут продаваться товары следующих групп:

1. Одежда.
2. Обувь.
3. Ткани.
4. Чулочно-носочные и трикотажные изделия.
5. Изделия из драгоценных металлов.
6. Технически сложные изделия и мебель.
7. Сувениры и изделия художественных промыслов.

2. Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Одинцовской базы получил распоряжение директора базы выехать в Голицинский район Московской области для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров.

Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения?

3. Представитель универмага товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универмага. Закупка товаров на фирме «Радуга» осуществляется в зале товарных образцов.

Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение.

4. Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

5. Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

6. В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышку с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышку?

7. Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

8. Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

9. В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги. Каким нормативным актом пользовалась покупательница, чтобы доказать свою правоту?

10. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

Круглый стол № 2

Данные вопросы прорабатываются каждым студентом, а затем происходит обсуждение и дается экспертная оценка

1. Что такое биржа?
2. Назовите основные виды бирж и дайте их краткую характеристику.
3. В чем особенность биржевой торговли?
4. Какие виды сделок могут совершаться на биржах?
5. Что такое аукцион?
6. Назовите основные виды аукционов и дайте их краткую характеристику.
7. Чем отличается английский вариант аукционов торгов от голландского?
8. Какой способ организации торгов наиболее выгоден для продавца?
9. Что такое конкурс? Какие существуют правила проведения конкурсов?
10. С какой целью проводится тендер?

Типовая спецификация оценочного средства – Дифференцированный зачет

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Дифференцированный зачет входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для промежуточной аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: зачетно-экзаменационная сессия

4. Структура (макет) варианта оценочного средства – дифференцированный зачет

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по дисциплине

1. Деловые переговоры и их анализ
2. Коммерческая работа по закупкам товаров
3. Коммерческая информация
4. Организация и функции маркетинговой службы
5. Коммерческая тайна.
6. Сущность и основные направления мерчендайзинга
7. Защита коммерческой информации
8. Понятие и роль рекламы на товарном рынке
9. Контроль поступления товаров от поставщиков
10. Управление товарными запасами
11. Учет поступления товаров от поставщиков
12. Торговый маркетинг
13. Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе.
14. Коммерческая работа по продаже товаров на розничных торговых предприятиях.
15. Роль телефонных разговоров коммерческой деятельности
16. Принципы подбора и установления товарного ассортимента в магазинах
17. Эффективность прямых договорных связей
18. Этапы проведения рекламной компании
19. Рекламные средства и их применение в оптовой и розничной торговле
20. Электронная деловая переписка
21. Сущность, функции и виды складских помещений
22. Интернет-коммерция
23. Понятие об ассортименте.
24. Организация и технология оптовой продажи товаров
25. Понятие о торговой номенклатуре
26. Организация хозяйственных связей
27. Понятие и сущность коммерческой деятельности
28. Понятие и роль рекламы на товарном рынке
29. Торговые коммерческие структуры, функции, организационное построение.
30. Выбор потенциального поставщика
31. Сущность коммерческой деятельности промышленных предприятий

32. Складское хозяйство
33. Содержание коммерческо-посреднической деятельности
34. Маркетинговые подходы в коммерческой деятельности
35. Показатели эффективности коммерческой деятельности
36. Закупка товаров на оптовых ярмарках и рынках
37. Организационные структуры управления коммерческой деятельности на предприятии
38. Содержание договора поставки
39. Личностные и профессиональные требования к персоналу
40. Роль товарных знаков в коммерческой работе
41. Этикет предпринимателя-коммерсанта
42. Порядок проведения аукционов
43. Организационные формы аукционов
44. Витрины магазинов, их устройство и оформление
45. Формирование ассортимента в магазинах
46. Виды коммерческих писем в деловой переписке
47. Содержание и роль закупочной работы
48. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях
49. Организация торговых операций на бирже
50. Коммерческая деятельность по продаже товаров через розничную торговлю

Перечень практических заданий для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по дисциплине

1. Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Одинцовской базы получил распоряжение директора базы выехать в Голицинский район Московской области для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров.

Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения?

2. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

3. Предложите методы розничной продажи различных товаров во вновь открываемом универмаге.

В универмаге будут продаваться товары следующих групп:

1. Одежда.
2. Обувь.
3. Ткани.
4. Чулочно-носочные и трикотажные изделия.
5. Изделия из драгоценных металлов.
6. Технически сложные изделия и мебель.
7. Сувениры и изделия художественных промыслов.

4. Представитель универмага товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универмага. Закупка товаров на фирме «Радуга» осуществляется в зале товарных образцов.

Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение.

5. Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

6. Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

7. В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышку с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышку?

8. Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

9. Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

10. В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги. Каким нормативным актом пользовалась покупательница, чтобы доказать свою правоту?

11. Предприятие выпускает продукцию, производство которой требует 52000 комплектующих изделий. Их можно купить по 120 рублей за штуку, либо изготовить на своем предприятии при переменных расходах 110 рублей на одно изделие, постоянных – 650 000 рублей.

Следует ли предприятию закупать комплектующие изделия?

12. Из книг учета заказов торгового предприятия известно, что ежегодно им закупается 1000 единиц продукции, по 5 условных единиц за каждую. На делопроизводство, телефонные переговоры, содержание персонала в пересчете на 1 заказ требуется 20 условных единиц. Хранение 1 единицы продукции обходится в 0,5 условных единиц.

Каким будет оптимальный размер заказа для торгового предприятия, и определите количество заказов в год?

13. Предприятию необходимо сделать заказ поставщику на поставку электродвигателей. Годовая стоимость заказа 900 млн. рублей. Стоимость издержек партии товара – 10 млн. рублей, а стоимость издержек хранения товара составляет 20% стоимости партии.

Требуется рассчитать ОРП.

14. Предприятие производит изделие А из материала Х. На одно изделие расходуется 10 кг материала Х. На складе предприятия на 1 апреля имеется 850 кг материала Х и в марте было заказано поставщику 1000 кг материала Х.

Какова потребность в материале Х на II-й квартал, если известно, что во II-м квартале надо изготовить 8800 изделий А, а на конец квартала запас по материалу Х должен составлять 900 кг?

15. В проекте договора поставки Можайскому РПС фирмой «Квинта» предусмотрена поставка масла растительного на 2018 год на сумму 200 тыс. рублей. Составьте по изложенному условию проекта договора от лица покупателя – Можайского РПС протокол разногласий.

16. Согласно договору торговый дом «Кентавр» поставил Рамескому РПС парфюмерно-косметические товары на сумму 6 млн. рублей. При приемке поступивших изделий комиссия РПС установила, что шампунь «Ромашка» на сумму 10 тыс. рублей по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел РПС в сложившейся ситуации?

17. В результате приемки поступивших в универмаг Малаховского РПС мужских костюмов от ОАО «Большевичка» комиссией универмага забракованы костюмы на сумму 70 тыс. рублей как несоответствующие по качеству требованиям образцов и договору. Форма оплаты товара предварительная.

Каковы действия коммерческой службы универмага в сложившейся ситуации?

18. Печорская МРБ получила партию стиральных машин «Вятка-автомат» от ОАО Кировский завод «Электродприбор». В процессе приемки установлено, что в 10 машинах имеются отдельные дефекты, возникшие по вине изготовителя.

Какое решение в данной ситуации может принять коммерческий аппарат МРБ?

19. ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевик». Составьте от имени ООО коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий универсаму «Новоарбатский».

20. Поставщик – торгово-производственная фирма «Диомен» - представил покупателю Воскресенскому РПС – проект договора поставки детской обуви с условием обязательной предоплаты товара.

Какую формулировку этого условия договора Вы укажите от имени покупателя?

21. Муромский РПС получил от фирмы «Чинар» предложение (оферту) на поставку в 2018 году бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела райпотребсоюза в случае ее акцепта?

22. В тексте проекта договора АО Минского завода «АМО» предусмотрена поставка холодильников «Атлант» Волоколамскому РПС ежеквартально равными партиями.

Какую формулировку этого условия Волоколамский РПС, как покупатель, должен указать в протоколе разногласий?

23. Директор магазина совершил обход секций. Он был доволен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что то невнятно говорить, но директор.....

Что предпринял директор?

24. Ваш подчиненный постоянно опаздывает на работу. И каждый раз,, когда вы ему делаете замечания, он находит оправдания, которые кажутся вам объективными. Вы считаете, что так дальше продолжаться не может.

В чем будет состоять цель вашей критики?

Какую тактику критики вы выберете?

25. Ваш непосредственный начальник постоянно недоволен вашей работой. Что бы вы не делали, он бракует. Вы не раз пытались подстраиваться под него. Но дело не изменилось. Тогда вы решили высказать ему критические замечания!

Как бы вы поступили на самом деле?

Что надо сделать, чтобы сохранить деловые отношения?

3. ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ

ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Типовое положение об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении)

Программа учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности».

Устав ФГБОУ ВО «АГТУ».

Программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров образовательного учреждения ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ».

Положение о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации студентов (обучающихся) образовательного учреждения ФГБОУ ВО «АГТУ».

4. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ПОДГОТОВКЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ К АТТЕСТАЦИИ

4.1. Основная учебная литература:

1. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — С. 9 — 62 — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437395/p.9-62>

2. Нигметзянова, А. М. Основы коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие / А. М. Нигметзянова, Г. И. Гарипова, Л. Ю. Махоткина. — Казань : КНИТУ, 2019. — 84 с. — ISBN 978-5-7882-2715-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/196157> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Памбухчиянс, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянс. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-394-04267-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229583>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2. Дополнительная учебная литература:

1. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02383-1. — С. 6 — 29 — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438108/p.6-29>

2. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16309-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530777>.

3. Минько, А.Э. Основы коммерции : учебное пособие / А.Э. Минько, Э.В. Минько. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 513 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01224-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436732>

4.3. Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

а) официальные издания:

1. Конституция Российской Федерации. Последняя действующая редакция с Комментариями. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://constrf.ru/>

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/>

3. Национальный проект «Образование». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://strategy24.ru/rf/>

4. Всемирная декларация об обеспечении выживания, защиты и развития детей (1990). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_child90.shtml

б) справочно-библиографические издания:

1. Википедия: свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://ru.wikipedia.org>

2. Психологический словарь / Под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. – 2-е изд., перер. и доп. – М.: Астрель-АСТ-Транзиткнига, 2004. – 479 с. (4 экз.)

3. Энциклопедия культур Deja Vu. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.ec-dejavu.ru

в) периодические издания:

1. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2018, №2 - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/309455>

2. Развитие личности. 2019, №1 - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314117>

4.4 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Федерального агентства по рыболовству. – <http://fish.gov.ru/>

2. Официальный сайт министерства промышленности и торговли Российской Федерации. – <http://minpromtorg.gov.ru/>

3. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. – <http://рспп.рф/>

4. Интернет-издательство «Библиотека»: электронные издания произведений и биографических и критических материалов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.magister.msk.ru/library/library.htm

5. Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.liber.rsuh.ru

6. Научная библиотека им. М.Горького СПбГУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.library.spbu.ru

7. Университетская электронная библиотека Infolio. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.infoliolib.info

4.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых в учебном процессе

Наименование программного обеспечения	Назначение
Образовательный портал Moodle	Образовательный портал ДРТИ построен на обучающей виртуальной среде Moodle и доступен по адресу https://www.портал.дрти.рф из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет, в том числе из локальной сети ДРТИ. Образовательный портал ДРТИ подходит как для организации online- классов, так и для традиционного обучения. Портал разделен на «открытую» (общедоступную) и «закрытую» части. Доступ к закрытой части осуществляется после предъявления персональной пары «логин-пароль» преподавателем или студентом.
Электронно-библиотечная система ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»	Обеспечивает доступ к электронно-библиотечным системам издательств, доступ к электронному каталогу книг, трудам преподавателей, учебно-методическим разработкам ДРТИ, периодическим изданиям.

Возможность доступа к электронно-библиотечным системам

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
<p>ЭБС Юрайт www.urait.ru</p>	<p>ЭБС Юрайт - ресурс, включающий электронные версии книг издательства "Юрайт". Издательство специализируется на издании учебной литературы для высших и средних специальных учебных заведений по новым образовательным стандартам. Включает в себя каталог грифованных учебников по социально-экономическому, гуманитарному и юридическому, естественнонаучному и техническому направлениям. Авторами учебников являются преподаватели ведущих вузов России. В ЭБС представлены учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением действующих требований ФГОС. В ЭБС присутствует возможность: индивидуального неограниченного доступа пользователей к содержимому из любой точки, в которой имеется подключение к сети Интернет; одновременного индивидуального доступа пользователей к содержимому; полнотекстового поиска по содержимому, формирования статистических отчетов по пользователям. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки).</p>
<p>ЭБС «Лань» https://e.lanbook.com</p>	<p>ЭБС включает в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. Предоставляет возможность круглосуточного дистанционного индивидуального пользования, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, с возможностью просмотра и скачивания на сайте в он-лайн режиме. Предоставляет право доступа к отдельным коллекциям, в частности таким, как «Инженерно-технические науки – Издательство Лань», «Информатика – Издательство Лань», «Химия – Издательство Лань», «Теоретическая механика – Издательство Лань».</p>
<p>ЭБС Рыбохозяйственное образование http://lib.klgtu.ru/jirbis2</p>	<p>Информационный ресурс ФГБОУ ВО "КГТУ" состоит исключительно из учебных изданий рекомендованных Федеральными учебно-методическими объединениями в системе высшего образования и среднего профессионально образования. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки). Пользование ЭБС не требует никакого дополнительного программного обеспечения или аппаратных устройств, достаточно иметь подключение к Интернету. Чтение электронной версии книг доступно в постраничном режиме, а при необходимости возможно цитирование. Удобный и современный контекстный поиск по всему хранилищу книг позволяет быстро найти нужную книгу. Доступ осуществляется по логину и паролю, логин и пароль доступа находятся на общем абонементе.</p>

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
<p>Цифровой образовательный ресурс IPRsmart (ЭБС IPRBOOKSHOP.RU) www.iprbookshop.ru</p>	<p>Важнейший ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса. Использование ЭБС IPR BOOKS позволяет обучающемуся подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты. Преподавателям ресурс будет полезен при составлении учебных планов и РПД, подготовке и проведении занятий, получении информации о новых публикациях коллег.</p> <p>Ресурс ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу, предназначенную для разных направлений обучения, с помощью которого можно получить необходимые знания, подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты.</p> <p>Контент ЭБС IPRbooks представлен изданиями федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует требованиям федеральных образовательных стандартов высшего, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования, и ежедневно пополняется новыми актуальными изданиями. ЭБС IPRbooks содержит множество эксклюзивных изданий, которые не представлены в других ресурсах, в том числе издательств группы компаний IPRmedia: Вузовское образование, Профобразование, Ай Пи Эр Медиа.</p> <p>Удаленный доступ посредством сети Интернет возможен с любого ПК. Работать с ЭБС IPR BOOKS можно так же с мобильных устройств в круглосуточном режиме удаленно (скачайте приложение IPRbooks Mobile Reader на App Store или Play Market, приложение для слабовидящих IPRbooks WV-Reader на App Store или Play Market).</p>

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения	Назначение
1С:Предприятие 8.0.	Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
ABBYY FineReader 8.0 Corporate Edition	Система оптического распознавания текста
STDU Viewer	Программа для просмотра электронных документов
Google Chrome, Opera	Браузер
Windows NT	Графические, интерактивные, многозадачные оперативные системы корпорации Microsoft
Dr.Web	Антивирусные программные продукты

Наименование программного обеспечения	Назначение
Microsoft Office	Приложения – офисные редакторы для работы с текстовыми документами, электронными таблицами, электронными сообщениями, базами данных, изображениями и т.д.
Moodle	Образовательный портал ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»
7-zip	Архиватор

Перечень информационных справочных систем

Наименование ИСС	Назначение
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»	Содержит российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты по здравоохранению, технические нормы и правила.

Сведения об обновлении информационного обеспечения обучения представлены в локальной сети ДРТИ по адресу: <\\Base\\192.168.10.10\для обмена по дфагту\ИТ в обучении>



*Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована
ООО «ДКС РУС» по международному стандарту ISO 9001:2015*

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Паспорт
комплекса оценочных средств
дисциплины
ОП.01 Основы коммерческой деятельности
специальность
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
(базовая подготовка)


Паспорт комплекса оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров по заочной и очной форме обучения

Организация-разработчик: Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Астраханский государственный технический университет» (ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»).

Разработчик:

Преподаватель высшей квалификационной категории М.С. Беляева

Рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии общепрофессиональных экономических и товароведных дисциплин и профессиональных модулей, протокол № 1 от «31» августа 2022 г.

Председатель цикловой комиссии  Бортникова О.Н.

5. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Комплекс оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, по очной и заочной форме обучения освоивших программу учебной дисциплины «Основы коммерческой деятельности».

КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета, по ОП.01 «Основы коммерческой деятельности»

КОС разработан на основании положений:

ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза потребительских товаров;

Программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза потребительских товаров.

2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ВИДАМ АТТЕСТАЦИИ

Для паспорта КОС учебной дисциплины

Код и наименование элемента умений или знаний, практического опыта, общих и профессиональных компетенций	Виды аттестации		
	<i>Текущий контроль</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>	
		<i>Диф. зачет/ зачет</i>	<i>Экзамен</i>
У1 определять виды и типы торговых организаций	+	+	
У2 устанавливать соответствие вида и типа розничной торговой организации ассортименту реализуемых товаров, торговой площади, формам торгового обслуживания.	+	+	
	+	+	
31 сущность и содержание коммерческой деятельности;	+	+	
32 терминологию торгового дела;	+	+	
33 формы и функции торговли;	+	+	
34 объекты и субъекты современной торговли	+	+	
35 характеристики оптовой и розничной торговли;	+	+	
36 классификацию торговых организаций;	+	+	
37 идентификационные признаки и характеристика торговых организаций различных типов и видов;	+	+	
38 структуру торгово-технологического процесса;	+	+	
39 принципы размещения розничных торговых организаций;	+	+	
310 устройство и основы технологических планировок магазинов;	+	+	
311 технологические процессы в магазинах;	+	+	
312 виды услуг розничной торговли и требования к ним;	+	+	
313 составные элементы процесса торгового обслуживания покупателей;	+	+	
314 номенклатуру показателей качества услуг и методы их определения;	+	+	
315 материально-техническую базу коммерческой деятельности;	+	+	
316 структуру и функции складского хозяйства оптовой и розничной торговли;	+	+	
317 назначение и классификацию товарных складов;	+	+	
318 технологию складского товародвижения.	+	+	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	+	+	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	+	+	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	+	+	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	+	+	

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	+	+	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	+	+	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	+	+	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	+	+	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	+	+	
ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.	+	+	
ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.	+	+	
ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.	+	+	
ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.	+	+	
ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.	+	+	
ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.	+	+	
ПК 2.3. Выполнять задания эксперта более высокой квалификации при проведении товароведной экспертизы.	+	+	
ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.	+	+	
ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.	+	+	
ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.	+	+	
ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.	+	+	
ПК 3.5. Оформлять учетно-отчетную документацию	+	+	

Типовая спецификация оценочного средства - Реферативное задание

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Реферативное задание входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

6. **Контингент аттестуемых** обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»
7. **Условия аттестации** текущий контроль
8. **Структура (макет) варианта оценочного средства** – реферативное задание

Реферативное задание № 1

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность, цели, задачи коммерческой деятельности в торговых организациях.
2. Основные принципы коммерческой деятельности.
3. Характер и содержание процессов выполняемых в торговле.
4. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.
5. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
6. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
7. Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности.

Реферативное задание № 2

Студент готовит реферат на темы:

36. Стиль делового человека как реклама потенциальных возможностей фирмы.
37. Вербальные и невербальные средства повышения эффективности в сфере бизнеса.
38. Взаимосвязь этики и делового этикета.
39. Внешний вид бизнесмена (специфика делового костюма, позы, мимика, жесты делового человека и т.д.).
40. Деловой этикет как необходимость современного бизнеса.
41. Искусство делать деловые подарки.
42. Искусство отвечать на вопросы.
43. Имидж фирмы.
44. Использование мотивации сотрудников и разрешение мотивационных конфликтов.
45. Личностные характеристики преуспевающего человека.
46. Проблемы личностных отношений в торговом коллективе.
47. Основные правила психологии продаж.
48. Ораторское искусство как фактор достижения бизнесе.
49. Особенности международного и межрелигиозного этикета в деловом мире.
50. Потребитель будущего.
51. Письменное общение в деловом мире (деловая переписка; виды деловых писем; личная корреспонденция; поздравления; соболезнования и т.д.).

52. Основные психологические ограничения, препятствующие работе торговой фирмы.
53. Психологические аспекты деловой беседы.
54. Зарубежный опыт работы рекламных фирм и способы воздействия на потребителя (с демонстрацией рекламных роликов).
55. Психологические аспекты деловых переговоров.
56. Психологические особенности типов людей, встречающихся в деловом мире и специфика работы с ними.
57. Развлечения и бизнес (специфика приглашений; угощения и приемы в деловом мире и т.д.).
58. Слагаемые имиджа деловой женщины
59. Слагаемые имиджа делового мужчины.
60. Интерьер и экстерьер торговой фирмы – важный фактор конкурентной среды..
61. Специфика имиджа делового человека (личный стиль работы; личный стиль труда) фирмы вашей мечты.
62. Специфика деловой беседы (виды деловых бесед, типы собеседников, беседа как средство разрешения конфликта и т.д.).
63. Специфика деловых переговоров (правила ведения переговоров, рекомендации при работе с партнером; протокольные мероприятия при проведении переговоров и т.д.).
64. Специфика деловых телефонных разговоров (факсимильной связи).
65. Специфика международного этикета.
66. Специфика межрелигиозного этикета.
67. Специфика восприятия делового человека иностранцами партнерами по бизнесу (психологические, эстетические, культурные особенности).
68. Этика внутриколлективного сотрудничества как одна из стратегий деловых отношений.
69. Этика сделки.
70. Психология воздействия рекламы, международный опыт внедрения рекламных средств.

Реферативное задание № 3

Студент готовит реферат на тему: Коммерческая тайна и составляет примерный образец обязательства о неразглашении коммерческой тайны при приеме на работу:

Реферативное задание № 4

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле.
2. Договор поставки товаров
3. Заявки и заказы на товары.
4. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность.
5. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.

Реферативное задание № 5

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров.
2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров:
 - организация хозяйственных связей
 - формы и методы оптовой продажи товаров.

3. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.
4. Организаторы торгового оборота: товарные биржи, аукционы, ярмарки, оптовые рынки.

Реферативное задание № 6

Студент выбирает одну тему реферата из списка и согласовывает ее с преподавателем:

1. Сущность коммерческой работы по розничной продаже товаров.
2. Методы розничной продажи товаров.
3. Классификация розничных торговых предприятий.
4. Характеристика розничных торговых предприятий.
5. Основные факторы формирования торгового ассортимента на предприятиях розничной торговли.
6. Сущность и содержание закупочной работы.
7. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков.
8. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
9. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров.
10. Оптовые (продовольственные) рынки, их роль в закупках товаров.

Реферативное задание № 7

Студент готовит реферат по теме: Организация биржевой торговли.

Реферативное задание № 8

Студент готовит реферат на тему: Управление товарными запасами.

Реферативное задание № 9

Студент готовит реферат на тему: Прямая почтовая реклама по ситуации и, отвечая на вопросы.

Иван Садовников
Москва, ул. Лесная аллея, д. 43
12 августа 1993 г.
Г-ну Джеймсу Гудфеллоу
Москва, Садовый проспект, д.30

Уважаемый господин!

Пользуясь этой возможностью, чтобы довести до Вашего сведения информацию об услугах по садоводству, которые я предоставляю.

Я получил степень по садоводству в Лондоне и имею десятилетний опыт работы в этой области за рубежом и в России.

Я могу обеспечить еженедельный прекрасный ход за Вашим садом по разумным расценкам, и у меня есть все необходимое оборудование.

С надеждой жду Вашего ответа и вкладываю конверт со своим почтовым адресом.

С наилучшими пожеланиями,
Иван Садовников.

Вопросы и задания:

5. Определите вид делового письма.
6. Проанализируйте текст рекламного письма. Какую информацию может получить адресат о предлагаемой услуге?
7. Какие ошибки, на Ваш взгляд, допущены при составлении текста?

8. Подготовьте свой вариант текста письма прямой почтовой рекламы

Реферативное задание № 10

Студент готовит реферат на тему: Организация рекламно-информационной работы.

Типовая спецификация оценочного средства - Аналитическое задание

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Аналитическое задание входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

2. Контингент аттестуемых обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

5. Структура (макет) варианта оценочного средства - аналитическое задание

Аналитическое задание № 1

Аналитическое задание сделано в 1-ом варианте

5. Директор магазина совершил обход секций. Он был доволен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что то невнятно говорить, но директор.....

Что предпринял директор?

6. Ваш подчиненный постоянно опаздывает на работу. И каждый раз,, когда вы ему делаете замечания, он находит оправдания, которые кажутся вам объективными. Вы считаете, что так дальше продолжаться не может.

В чем будет состоять цель вашей критики?

Какую тактику критики вы выберете?

7. Ваш непосредственный начальник постоянно недоволен вашей работой. Что бы вы не делали, он бракует. Вы не раз пытались подстраиваться под него. Но дело не изменилось. Тогда вы решили высказать ему критические замечания!

Как бы вы поступили на самом деле?

Что надо сделать, чтобы сохранить деловые отношения?

8. Руководитель объясняет молодому работнику, что надо придерживаться установленных правил, а не поступать по своему усмотрению. Молодой человек раздраженно отвечает «Вы призываете к творчеству, а сами пресекаете любую инициативу».

Как продолжить беседу, чтобы разговор получился искренним и не обидным?

Аналитическое задание № 2

Аналитическое задание составлено в 2-ух вариантах.

Вариант 1.

5. ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевик», Составьте от имени ООО коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий универсаму «Новоарбатский».

6. Поставщик – торгово-производственная фирма «Диомен» - представил покупателю Воскресенскому РПС – проект договора поставки детской обуви с условием обязательной предоплаты товара.

Какую формулировку этого условия договора Вы укажите от имени покупателя?

7. Муромский РПС получил от фирмы «Чинар» предложение (оферту) на поставку в 2018 году бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела райпотребсоюза в случае ее акцепта?

8. В тексте проекта договора АО Минского завода «АМО» предусмотрена поставка холодильников «Атлант» Волоколамскому РПС ежеквартально равными партиями.

Какую формулировку этого условия Волоколамский РПС, как покупатель, должен указать в протоколе разногласий?

Вариант 2

5. В проекте договора поставки Можайскому РПС фирмой «Квинта» предусмотрена поставка масла растительного на 2018 год на сумму 200 тыс. рублей. Составьте по изложенному условию проекта договора от лица покупателя – Можайского РПС протокол разногласий.

6. Согласно договору торговый дом «Кентавр» поставил Рамескому РПС парфюмерно-косметические товары на сумму 6 млн. рублей. При приемке поступивших изделий комиссия РПС установила, что шампунь «Ромашка» на сумму 10 тыс. рублей по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел РПС в сложившейся ситуации?

7. В результате приемки поступивших в универмаг Малаховского РПС мужских костюмов от ОАО «Большевичка» комиссией универмага забракованы костюмы на сумму 70 тыс. рублей как несоответствующие по качеству требованиям образцов и договору. Форма оплаты товара предварительная.

Каковы действия коммерческой службы универмага в сложившейся ситуации?

8. Печорская МРБ получила партию стиральных машин «Вятка-автомат» от ОАО Кировский завод «Электротрибор». В процессе приемки установлено, что в 10 машинах имеются отдельные дефекты, возникшие по вине изготовителя.

Какое решение в данной ситуации может принять коммерческий аппарат МРБ?

Аналитическое задание № 3

5. Предприятие выпускает продукцию, производство которой требует 52000 комплектующих изделий. Их можно купить по 120 рублей за штуку, либо изготовить на своем предприятии при переменных расходах 110 рублей на одно изделие, постоянных – 650 000 рублей.

Следует ли предприятию закупать комплектующие изделия?

6. Из книг учета заказов торгового предприятия известно, что ежегодно им закупается 1000 единиц продукции, по 5 условных единиц за каждую. На делопроизводство, телефонные переговоры, содержание персонала в пересчете на 1 заказ требуется 20 условных единиц. Хранение 1 единицы продукции обходится в 0,5 условных единиц.

Каким будет оптимальный размер заказа для торгового предприятия, и определите количество заказов в год?

7. Предприятию необходимо сделать заказ поставщику на поставку электродвигателей. Годовая стоимость заказа 900 млн. рублей. Стоимость издержек партии товара – 10 млн. рублей, а стоимость издержек хранения товара составляет 20% стоимости партии.

Требуется рассчитать ОРП.

8. Предприятие производит изделие А из материала Х. На одно изделие расходуется 10 кг материала Х. На складе предприятия на 1 апреля имеется 850 кг материала Х и в марте было заказано поставщику 1000 кг материала Х.

Какова потребность в материале Х на II-й квартал, если известно, что во II-м квартале надо изготовить 8800 изделий А, а на конец квартала запас по материалу Х должен составлять 900 кг?

Аналитическое задание № 4

4. Вспомните известные рекламные обращения конкретных фирм и, проанализировав их, ответьте на следующие вопросы:

Каково содержание обращения?

Какую ответную реакцию, по вашему мнению, ожидает компания на свое обращение: осведомление, знание, предпочтение, убежденность или совершение покупки?

5. Вы – владелец фирмы, оказывающей услуги населению по химической чистке одежды. Какое стимулирование потребителей Вы выберете?

6. Какие мероприятия включает в себя работа с общественностью:

- корпоративные мероприятия;
- распределение купонов;
- общественные мероприятия;
- специальные мероприятия;
- письма к продавцам.

Приведите примеры, когда крупные фирмы оказывают спонсорскую поддержку в каких-либо мероприятиях.

Типовая спецификация оценочного средства – Тестирование

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Тестирование входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства - тестирование

Тестирование № 1

Тест составлен в 1-ом варианте.

7. Понятие «коммерция», «коммерческий» означает:

- а) торговлю;
- б) любую деятельность, приносящую доход;
- в) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли.

8. В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий;
- б) предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства.

9. Коммерческая работа в неторговой деятельности может осуществляться:

- а) да;
- б) нет.

10. Более широким понятием является:

- а) коммерция;
- б) предпринимательство;
- в) идентичные понятия.

11. В торговле осуществляются процессы:

- а) основные и дополнительные;
- б) коммерческие и производственные;
- в) самые различные.

12. К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров;
- б) хранение товаров;
- в) изучение и прогнозирование спроса;
- г) подсортировка товаров;
- д) заключение договоров на поставку товаров;
- е) рекламно-информационная работа.

Тестирование № 2

Тест составлен в 2-ух вариантах:

Вариант 1.

4. Кто отвечает за учет, хранение и использование документов, содержащих конфиденциальные сведения:

- секретарь;
- любой сотрудник;
- должностное лицо, назначенное приказом руководителя.

2. Какие сведения указываются на последнем листе документа:

- гриф ограничения доступа к документу;
- фамилия и номер телефона исполнителя;
- фамилии должностных лиц, имеющих доступ к документу.

3. Печатаются ли конфиденциальные документы производится:

- сотрудником машбюро;
- сотрудником службы конфиденциальной информации;
- исполнителем.

5. При изготовлении документов, содержащих конфиденциальную информацию, не должны использоваться:

- новая красящая лента;
- бумага хорошего качества;
- копировальная бумага;
- новая копировальная бумага.

5. Ставится ли гриф конфиденциальности на конверте:

- да;
- нет.

6. Прием и предварительное рассмотрение документов, содержащих конфиденциальные сведения, осуществляются:

- секретарем;
- сотрудником службы конфиденциальной информации;
- сотрудником, назначенным руководителем.

7. Может ли с документа, поступившего с грифом ограниченного доступа, этот гриф снят:

- да, если документ не входит в Перечень документов фирмы, отнесенных к категории конфиденциальных;
- нет, если документ входит в Перечень;
- нет, если документ не входит в Перечень.

8. Отправка конфиденциальных документов осуществляется:

- секретарем;
- исполнителем;
- сотрудником службы конфиденциальной информации.

Вариант 2.

1. Документы, содержащие конфиденциальную информацию, регистрируются:

- вместе с другими документами;
- отдельно от остальной корреспонденции;
- на персональном компьютере.

5. Номенклатура дел для документов, содержащих гриф «КТ», является:

- составной частью общей номенклатуры дел;
- самостоятельным документом;
- общей номенклатурой, но на делах с конфиденциальными документами ставится особая отметка.

6. Документы, имеющие гриф «КТ», формируются:

- в отдельное дело (дела)
- в те же дела, что и открытые документы.

4. Список сотрудников, имеющих право пользоваться делом, пишется:

- на обложке дела;
- на внутренней стороне обложки дела;
- в описи дела;
- в заверительном листе к делу.

5. Назовите разделы номенклатуры дел:

- индекс дела;
- гриф конфиденциальности;
- заголовок дела;
- фамилия и инициалы лиц, которым предоставляется право пользования делом;
- номер тома;
- дата;
- количество листов в томе;
- дата заведения и закрытия дела;
- срок хранения и номер статьи Перечня;
- архивный шифр, номер акта об уничтожении.

6. С какими документами должен ознакомиться работник, получивший доступ к конфиденциальной информации:

- обязательство о неразглашении коммерческой тайны;
- должностная инструкция;
- памятка работнику;
- примерный перечень сведений, составляющих коммерческую тайну.

7. Коммерческий документ, представляющий собой претензии к стороне, нарушившей принятые по договору обязательства, и требование возмещения убытков, называется:

- исковое заявление;
- рекламация;
- протокол разногласий.

8. Ответ на претензию предъявляется:

- в письменном виде;
- в устной форме.

Тестирование № 3

10. В понятиях хозяйственных связей поставщиками и покупателями входят:

а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
б) экономические отношения поставщиков и покупателей;
в) коммерческие взаимоотношения поставщиков и покупателей;
г) административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
д) совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

11. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике:

а) основные условия поставок отдельных товаров;
б) положения о поставках продукции производственно-технологического назначения и товаров народного потребления;
в) Гражданский кодекс Российской Федерации.

12. Договор поставки ступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор;
б) оформления договора в письменном виде;
в) получения стороной, направившей оферте, ее акцепта.

13. Считается ли договор заключенным в письменной форме путем обмена документа по телефаксной сети:

а) да;
б) нет.

14. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

а) во всех случаях;
б) для установления качества поставленных товаров;
в) при поставках товаров сложного ассортимента;
г) при поставках товаров простого ассортимента.

15. При заключении договора поставки всегда составляется протокол разногласий:

а) да;
б) нет.

16. Спецификация, подписанная сторонами, может заменить договор поставки:

а) да;
б) нет

17. Изменения или дополнение условий заключенного договора:

а) не допускается по одностороннему заявлению сторон;
б) допускается по одностороннему заявлению сторон;
в) допускается по соглашению сторон.

18. Заключенный договор может быть расторгнут:

а) да;
б) нет.

7. Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости: $D = T$ и $T = D$?
- а) не имеет прямого отношения;
 - б) имеет косвенное отношение;
 - в) раскрывает сущность закупочной работы.
8. Закупки товаров по своей экономической природе представляют:
- а) оптовый товарооборот;
 - б) мелкооптовый товарооборот;
 - в) розничный товарооборот.
9. Коммерческая работа по своей экономической природе представляет:
- а) да;
 - б) нет.
10. Понятия источник поступления и поставщик это:
- а) идентичные понятия;
 - б) понятия, имеющие отличия.
11. Оптовая ярмарка-выставка отличается от оптового продовольственного рынка:
- а) нет отличий;
 - б) эпизодичность проведения;
 - в) организацией проведения.
12. Оптовый продовольственный рынок отличается от товарной биржи:
- а) нет отличий;
 - б) наличием собственного складского хозяйства;
 - в) организацией торговли.

Тестирование № 5

Тест составлен в 2-ух вариантах.

Вариант 1.

1. Целью коммерческой стратегии является:
- а) определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;
 - б) определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;
 - в) разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
 - г) определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения
3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?
- а) с куплей товаров и/или услуг;
 - б) с продажей товаров и/или услуг;

- в) с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- г) с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- д) с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

3. Что является объектом коммерческой деятельности?

- а) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- б) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- в) реклама; представительские услуги;
- г) аудит; консалтинг;
- д) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

4. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- а) реальное воплощение товара;
- б) замысел товара;
- в) дополнение к товару;
- г) доставка товара;
- д) использование товара.

5. К коммерческим организациям не относятся:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) потребительские кооперативы;
- г) государственные унитарные предприятия

6. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
- в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

7. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- а) отдел координации закупок и продаж;
- б) отдел транспорта и таможенных операций;
- в) отдел маркетинга и цен;
- г) отдел рекламы;
- д) отдел работы с посредниками;
- е) все вышеперечисленные варианты верны

8. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- а) изучение рынков;
- б) изучение рынков поставщиков и потребителей;
- в) разработка контрактов с определением цен

9. 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.

10. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

- а) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;
- б) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- в) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- г) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- д) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

11. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- а) розничная продажа;
- б) оптовая продажа;
- в) стимулирование сбыта;
- г) сезонные скидки

12. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- а) коммерческим организациям;
- б) некоммерческим организациям;

13. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:

- а) скидки с цены;
- б) премии;
- в) распространение купонов;
- г) бесплатные образцы товаров
- д) нет правильного ответа

14. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- а) маркетинга;
- б) сбыта;
- в) услуг;
- г) кадров

15. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- а) цена и качество;
- б) скидки и доступность информации;
- в) принадлежность к одной отрасли

Вариант 2.

1. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- а) контакты с поставщиками;
- б) технические справочники;
- в) опрос экспертов

2. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- а) производитель – потребитель;
- б) производитель – посредник – потребитель;
- в) производитель – оптовый торговец – розница – потребитель

3. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- а) разработка каталогов и прейскурантов;
- б) доставка товара к месту продажи;
- в) распаковка и расконсервация;
- г) подготовка товара к продаже;

4. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- а) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- б) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
- в) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- г) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

5. Торговый ассортимент представляет собой:

- а) совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- в) совокупность товаров, находящихся на рынке;
- г) совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

6. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- а) ассортимент товаров; величина предприятия;
- б) способ продаж; объем услуг;
- в) расположение; организационно правовая форма;
- г) ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
- д) величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

7. Что такое «широта» ассортимента?

- а) количество товарных единиц в товарной группе;

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

8. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- а) внутриотраслевые;
- б) межотраслевые;
- в) прямые;
- г) опосредованные;
- д) длительные

9. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- а) поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- б) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- в) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- г) согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

10. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- а) игры;
- б) премии лучшим торговым работникам;
- в) проведение конференций продавцов;
- г) моральные поощрения

11. Какой вид сервиса не существует?

- а) предпродажный;
- б) послепродажный;
- в) внутрипродажный;
- г) все вышеперечисленные варианты верны

12. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- а) материально-техническое обеспечение;
- б) производственные;
- в) финансовые;
- г) информационные;
- д) материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

13. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- а) личный отбор товара на складе;

- б) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- в) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- г) с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
- д) личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

14. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- а) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- б) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- в) личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- г) наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- д) деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

15. 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.

Тестирование № 6

7. Личная продажа включает в себя:

- а) розничную продажу;
- б) стандартную продажу;
- в) продажу со склада.

8. Что включает в себя личная (персональная) продажа?

- а) личные беседы с клиентами;
- б) проведение выставок;
- в) приемы.

9. Личные продажи направлены на:

- а) продажу товаров производственного назначения;
- б) продажу дорогих товаров повышенного риска;
- в) участие в аукционах.

10. Основные направления стимулирования продаж это

- а) целевые покупатели;
- б) СМИ;
- в) банки;
- г) собственный торгово-сбытовой персонал.

11. Основными инструментами стимулирования продаж являются:

- а) скидки с цены;

- б) продажа товара в кредит;
- в) мерчендайзинг.

12. Симулирование продаж это

- а) личные беседы с клиентами;
- б) формирование общественного мнения;
- в) система мер, направленная на создание у покупателя заинтересованности в покупке товаров и ее увеличении.

7. Реклама это

- а) диалог, посредством которого продавец выражает свои намерения продать товар, а покупатель заинтересованность в его приобретении;
- б) средство, только стимулирующее покупку;
- в) рекламное сообщение.

Тестирование № 7

Тест составлен в 2-ух вариантах.

Вариант 1

1. Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет:

- а) полная информация
- б) основная задача
- в) процесс рынка
- г) основная цель коммуникационной политики

2. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- а) 7
- б) 5
- в) 6
- г) 10

3. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:

- а) поддержка торговой активности
- б) персональные продажи
- в) стимулирование сбыта
- г) имидж

4. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

- а) сейлз-промоушн
- б) паблик-релейшнз
- в) директ-маркетинг
- г) таргетинг

5. Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) реклама и пропаганда
- б) товарная реклама и фирменный стиль

- в) реклама и фирменный стиль
- г) пропаганда и рекламный слоган

6. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

- а) прямая реклама
- б) безличная реклама
- в) товарная реклама
- г) престижная реклама

7. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одностибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- а) листовка
- б) плакат
- в) буклет
- г) проспект

8. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, проектируемых на одном или нескольких экранах:

- а) кинофильм
- б) видеофильм
- в) слайд-фильм

9. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

- а) радиообъявление
- б) радиоролик
- в) телеролик
- г) телерепортаж

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

- а) почтовая реклама
- б) наружная реклама
- в) подарочные изделия
- г) рекламные сувениры

Вариант 2.

1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:

- а) стратегия рекламы
- б) понимание
- в) задача рекламы
- г) принцип рекламы

2. Распространение информации о существовании продукта – это:

- а) понимание
- б) отношение
- в) знание
- г) намерение

3. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем – это:

- а) директ-маркетинг
- б) сейлз-промоушн
- в) паблик-рилейшнз
- г) таргетинг

4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:

- а) рынок
- б) рекламное агентство
- в) средство распространения рекламы
- г) таргетинг

5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

- а) товарная реклама
- б) престижная реклама
- в) информативная реклама
- г) увещательная реклама

6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:

- а) 10
- б) 6
- в) 8
- г) 12

7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

- а) проспект
- б) буклет
- в) листовка
- г) плакат

8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера – это:

- а) радиожурнал
- б) радиоролик
- в) радиообъявление
- г) радиорепортаж

9. Рекламно-информационное письмо относится к:

- а) рекламным материалам
- б) почтовой рекламе
- в) рекламным сувенирам
- г) наружной рекламе

10. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это:

- а) фирменные упаковочные материалы
- б) фирменные сувенирные изделия
- в) подарочные изделия
- г) серийные сувенирные изделия

Типовая спецификация оценочного средства - Практическая работа

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Практическая работа входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства – практическая работа

Практическая работа № 1

Расчет точки безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Цель: Научится рассчитывать точки безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Ход работы

Задание выполняется каждым студентом.

Задание. Рассчитать точку безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.

Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах (таблица №1).

Таблица №1

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	220	290	380
Уровень издержек обращения, %	21,2	20,6	20,0

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода (т.е. отношения суммы торговых надбавок к сумме товарооборота в %) в размере 27 %. Доля постоянных издержек обращения предусматривается 40 %, а переменных – 60%.

Практическая работа № 2

Задачи на этическую оценку управленческих решений.

Цель: Принять решения и обосновать задачи на этическую оценку

Ход работы

Задание выполняется каждым студентом.

Задание 1. Примите решение по каждой ситуации и обоснуйте его.

6. Вы главный менеджер в крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики АО всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от вас зависит решение – подписать новый контракт или нет.

С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым актуальная для этого региона проблема безработицы, с другой – это принесет большой доход вашей фирме. Однако вы, занимаясь производством

и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно вам в руки попал отчет об исследовании, в котором была установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями.

Каково будет ваше решение? Подпишите ли вы новый контракт или нет? Почему?

7. Вы – менеджер по маркетингу в фирме, выпускающей бытовую технику. Фирма с помощью дорогостоящих исследований попыталась усовершенствовать один из выпускаемых товаров, а именно - пылесос. Пылесос по-прежнему не ионизирует воздух, хотя именно к этому результату пытались прийти в результате исследований. По этому новый тип пылесоса не стал по настоящему усовершенствованной новинкой. Вы знаете, что появление надписи «Усовершенствованная новинка» на упаковке и в рекламе средств массовой информации повысит значительно сбыт такого товара.

Какое решение вы примите. Сделаете такую надпись или нет? Почему?

8. Вы – менеджер в фирме, производящей программные продукты для ПК. На одной из презентаций вы знакомитесь с молодой (ым) женщиной (мужиной), которая недавно была управляющей на фирме – конкуренте. По какой причине она была уволена, и теперь держит обиду на эту фирму. Вы можете начать ухаживать за ней (ним) и можете пообещать взять ее (его) в свою фирму на работу. Обида так сильна, что она (он) с удовольствием расскажет обо всех планах вашего конкурента и своего бывшего работодателя.

Пойдете ли вы на этот шаг? Почему?

9. Вы – менеджер крупной компании по продаже автомобилей. Компания имеет широкую сеть дилеров. Недавно у одного из них, работающего на важной сбытовой территории, начались неурядицы в семье. Дело идет к разводу, но дилер пытается приостановить и изменить решение, принятое женой. В недалеком прошлом это был один из самых опытных и результативных продавцов вашей фирмы, и он имел торговую привилегию. Удастся ли ему сохранить семью, как скоро войдет в норму его семейная жизнь? Сейчас же большое количество продаж теряется. Вы, как менеджер, имеете юридическую. Возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его.

Как вы поступите? Почему?

10. Вы – менеджер по маркетингу и хотите сделать выборочный опрос потребителей об их реакциях на товар конкурента. Для этого вы должны провести опрос якобы от лица несуществующего «Института маркетинга и конъюнктуры рынка».

Сделаете ли вы такой опрос. Почему?

Задание 2. Результат выполненной работы оформите в формате Microsoft Office Word

Практическая работа № 3

Формирование ассортимента и управление торговыми запасами

Цель: научиться определять параметры торгового ассортимента

Ход работы:

Задание 1. Определите параметры товарного ассортимента завода пластмасс, представленного в таблице № 1 (широту, длину, глубину, сопоставимость). Перечислите возможные маркетинговые решения по ассортименту.

Талица № 1 Товарный ассортимент завода пластмасс

Лаки	Эмали	Кожи синтетические	Линолеум	Нетканые материалы
5. Лаки нитроцеллюлозные 5.1. Лак цветной 5.2. Лак бесцветный 5.3. Лак черный 5.4. Лак кожаный 6. Лаки пентафталевые 6.1. Лак ПФ – 060 7. Лаки битумные 7.1. Лак БТ – 5100 8. Лаки перхлорвиниловые 8.1. Лак ХВ - 784	51. Эмали нитроцеллюлозные 1.1. Эмаль НЦ – 25 - белая - желтая - голубая - красная 1.2. Эмали НЦ – 132 П - зеленая - серая - синяя - черная 1.3. Эмали пентафталевые ПФ – 115 - белая - голубая 1.4. Эмаль глифталева ГФ 1426 -защитная	1. Нитромск-кожи 1.1. на ткани 1.2. на ткани корд 2. Термогранитоль 2.1. 180 г/м ² 2.2. 230 г/м ² 2.3. 280 г/м ² 3. Уретанис кожа обувная 3.1. вид 21 3.2. вид 25 3.3. вид 27 4. Эластоиск кожа обувная 4.1. вид 21 4.2. вид 25 4.3. вид 27	1. Линолеум ПВХ марки Т 2. Линолеум ПВХ марки Х	1. Полотно объемное 1.1. 200 г/м ² 1.2. 300 г/м ² 2. Утеплитель объемный 2.1. 60 г/м ² 2.2. 30 г/м ² 2.3. 10 г/м ²

Задание 2. Проранжируйте потребителей, которые прекращают делать покупки в вашем магазине по следующим причинам:

- отсутствие контактов с продавцом и его безразличие к потребителю;
- неудовлетворенность качеством товара;
- конкуренция;
- дружеские или родственные связи с людьми из других компаний;
- переезд на новое место.

Задание 3. Результат выполненной работы оформите в виде презентации, предоставив достаточное количество иллюстрированного и графического материала.

Практическая работа № 4

Реклама.

Цель: Научиться составлять рекламу с учетом конкретных потребительских мотивов.

Ход работы

Задание 1. Составить и оформить рекламу с учетом конкретных потребительских мотивов

Вариант 1.

Коммерческая фирма «Гермес» закупила у испанской фирмы крупную партию оливок и маслин в широком ассортименте. Генеральный директор фирмы «Гермес» поручил коммерческому отделу подготовить текст рекламного объявления о предстоящем поступлении на рынок указанных товаров для показа на телевидение.

Вариант 2.

Коммерческая фирма «Весна» планирует открыть в 4 квартале 2019 специализированный магазин торговой площадью 250 кв. м. по торговле сувениров и

подарков. Генеральный директор фирмы поручил коммерческой службе подготовить рекламное объявление для показа на телевидение.

Задание 2. Результат выполненной работы оформите в виде презентации, предоставив достаточное количество иллюстрированного и графического материала.

Типовая спецификация оценочного средства - Круглый стол

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Круглый стол входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для текущей аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: текущий контроль

4. Структура (макет) варианта оценочного средства - устный опрос

Круглый стол № 1

Данные ситуации прорабатываются каждым студентом, а затем происходит обсуждение и дается экспертная оценка

11. Предложите методы розничной продажи различных товаров во вновь открываемом универмаге.

В универмаге будут продаваться товары следующих групп:

8. Одежда.
9. Обувь.
10. Ткани.
11. Чулочно-носочные и трикотажные изделия.
12. Изделия из драгоценных металлов.
13. Технически сложные изделия и мебель.
14. Сувениры и изделия художественных промыслов.

12. Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Одинцовской базы получил распоряжение директора базы выехать в Голицинский район Московской области для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров.

Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения?

13. Представитель универмага товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универмага. Закупка товаров на фирме «Радуга» осуществляется в зале товарных образцов.

Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение.

14. Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

15. Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

16. В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышку с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышку?

17. Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

18. Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

19. В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги. Каким нормативным актом пользовалась покупательница, чтобы доказать свою правоту?

20. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

Круглый стол № 2

Данные вопросы прорабатываются каждым студентом, а затем происходит обсуждение и дается экспертная оценка

11. Что такое биржа?
12. Назовите основные виды бирж и дайте их краткую характеристику.
13. В чем особенность биржевой торговли?
14. Какие виды сделок могут совершаться на биржах?
15. Что такое аукцион?
16. Назовите основные виды аукционов и дайте их краткую характеристику.
17. Чем отличается английский вариант аукционов торгов от голландского?
18. Какой способ организации торгов наиболее выгоден для продавца?
19. Что такое конкурс? Какие существуют правила проведения конкурсов?
20. С какой целью проводится тендер?

Типовая спецификация оценочного средства – Дифференцированный зачет

1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства.

Дифференцированный зачет входит в состав комплекса оценочных средств и предназначено для промежуточной аттестации и оценки знаний и умений аттестуемых, соответствующих основным показателям оценки результатов подготовки по программе учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2. Контингент аттестуемых: обучающиеся ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»

3. Условия аттестации: зачетно-экзаменационная сессия

4. Структура (макет) варианта оценочного средства – дифференцированный зачет

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по дисциплине

1. Деловые переговоры и их анализ
2. Коммерческая работа по закупкам товаров
3. Коммерческая информация
4. Организация и функции маркетинговой службы
5. Коммерческая тайна.
6. Сущность и основные направления мерчендайзинга
7. Защита коммерческой информации
8. Понятие и роль рекламы на товарном рынке
9. Контроль поступления товаров от поставщиков
10. Управление товарными запасами
11. Учет поступления товаров от поставщиков
12. Торговый маркетинг
13. Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе.
14. Коммерческая работа по продаже товаров на розничных торговых предприятиях.
15. Роль телефонных разговоров коммерческой деятельности
16. Принципы подбора и установления товарного ассортимента в магазинах
17. Эффективность прямых договорных связей
18. Этапы проведения рекламной компании
19. Рекламные средства и их применение в оптовой и розничной торговле
20. Электронная деловая переписка
21. Сущность, функции и виды складских помещений
22. Интернет-коммерция
23. Понятие об ассортименте.
24. Организация и технология оптовой продажи товаров
25. Понятие о торговой номенклатуре
26. Организация хозяйственных связей
27. Понятие и сущность коммерческой деятельности
28. Понятие и роль рекламы на товарном рынке
29. Торговые коммерческие структуры, функции, организационное построение.
30. Выбор потенциального поставщика
31. Сущность коммерческой деятельности промышленных предприятий

82. Складское хозяйство
83. Содержание коммерческо-посреднической деятельности
84. Маркетинговые подходы в коммерческой деятельности
85. Показатели эффективности коммерческой деятельности
86. Закупка товаров на оптовых ярмарках и рынках
87. Организационные структуры управления коммерческой деятельности на предприятии
88. Содержание договора поставки
89. Личностные и профессиональные требования к персоналу
90. Роль товарных знаков в коммерческой работе
91. Этикет предпринимателя-коммерсанта
92. Порядок проведения аукционов
93. Организационные формы аукционов
94. Витрины магазинов, их устройство и оформление
95. Формирование ассортимента в магазинах
96. Виды коммерческих писем в деловой переписке
97. Содержание и роль закупочной работы
98. Порядок формирования и регулирования ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях
99. Организация торговых операций на бирже
100. Коммерческая деятельность по продаже товаров через розничную торговлю

Перечень практических заданий для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по дисциплине

26. Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Одинцовской базы получил распоряжение директора базы выехать в Голицинский район Московской области для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров.

Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения?

27. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

28. Предложите методы розничной продажи различных товаров во вновь открываемом универмаге.

В универмаге будут продаваться товары следующих групп:

8. Одежда.
9. Обувь.
10. Ткани.
11. Чулочно-носочные и трикотажные изделия.
12. Изделия из драгоценных металлов.
13. Технически сложные изделия и мебель.
14. Сувениры и изделия художественных промыслов.

29. Представитель универмага товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универмага. Закупка товаров на фирме «Радуга» осуществляется в зале товарных образцов.

Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение.

30. Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

31. Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

32. В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышку с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышку?

33. Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

34. Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

35. В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги. Каким нормативным актом пользовалась покупательница, чтобы доказать свою правоту?

36. Предприятие выпускает продукцию, производство которой требует 52000 комплектующих изделий. Их можно купить по 120 рублей за штуку, либо изготовить на своем предприятии при переменных расходах 110 рублей на одно изделие, постоянных – 650 000 рублей.

Следует ли предприятию закупать комплектующие изделия?

37. Из книг учета заказов торгового предприятия известно, что ежегодно им закупается 1000 единиц продукции, по 5 условных единиц за каждую. На делопроизводство, телефонные переговоры, содержание персонала в пересчете на 1 заказ требуется 20 условных единиц. Хранение 1 единицы продукции обходится в 0,5 условных единиц.

Каким будет оптимальный размер заказа для торгового предприятия, и определите количество заказов в год?

38. Предприятию необходимо сделать заказ поставщику на поставку электродвигателей. Годовая стоимость заказа 900 млн. рублей. Стоимость издержек партии товара – 10 млн. рублей, а стоимость издержек хранения товара составляет 20% стоимости партии.

Требуется рассчитать ОРП.

39. Предприятие производит изделие А из материала Х. На одно изделие расходуется 10 кг материала Х. На складе предприятия на 1 апреля имеется 850 кг материала Х и в марте было заказано поставщику 1000 кг материала Х.

Какова потребность в материале Х на II-й квартал, если известно, что во II-м квартале надо изготовить 8800 изделий А, а на конец квартала запас по материалу Х должен составлять 900 кг?

40. В проекте договора поставки Можайскому РПС фирмой «Квинта» предусмотрена поставка масла растительного на 2018 год на сумму 200 тыс. рублей. Составьте по изложенному условию проекта договора от лица покупателя – Можайского РПС протокол разногласий.

41. Согласно договору торговый дом «Кентавр» поставил Рамескому РПС парфюмерно-косметические товары на сумму 6 млн. рублей. При приемке поступивших изделий комиссия РПС установила, что шампунь «Ромашка» на сумму 10 тыс. рублей по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел РПС в сложившейся ситуации?

42. В результате приемки поступивших в универмаг Малаховского РПС мужских костюмов от ОАО «Большевичка» комиссией универмага забракованы костюмы на сумму 70 тыс. рублей как несоответствующие по качеству требованиям образцов и договору. Форма оплаты товара предварительная.

Каковы действия коммерческой службы универмага в сложившейся ситуации?

43. Печорская МРБ получила партию стиральных машин «Вятка-автомат» от ОАО Кировский завод «Электроприбор». В процессе приемки установлено, что в 10 машинах имеются отдельные дефекты, возникшие по вине изготовителя.

Какое решение в данной ситуации может принять коммерческий аппарат МРБ?

44. ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевик». Составьте от имени ООО коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий универсаму «Новоарбатский».

45. Поставщик – торгово-производственная фирма «Диомен» - представил покупателю Воскресенскому РПС – проект договора поставки детской обуви с условием обязательной предоплаты товара.

Какую формулировку этого условия договора Вы укажите от имени покупателя?

46. Муромский РПС получил от фирмы «Чинар» предложение (оферту) на поставку в 2018 году бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела райпотребсоюза в случае ее акцепта?

47. В тексте проекта договора АО Минского завода «АМО» предусмотрена поставка холодильников «Атлант» Волоколамскому РПС ежеквартально равными партиями.

Какую формулировку этого условия Волоколамский РПС, как покупатель, должен указать в протоколе разногласий?

48. Директор магазина совершил обход секций. Он был доволен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что то невнятно говорить, но директор.....

Что предпринял директор?

49. Ваш подчиненный постоянно опаздывает на работу. И каждый раз,, когда вы ему делаете замечания, он находит оправдания, которые кажутся вам объективными. Вы считаете, что так дальше продолжаться не может.

В чем будет состоять цель вашей критики?

Какую тактику критики вы выберете?

50. Ваш непосредственный начальник постоянно недоволен вашей работой. Что бы вы не делали, он бракует. Вы не раз пытались подстраиваться под него. Но дело не изменилось. Тогда вы решили высказать ему критические замечания!

Как бы вы поступили на самом деле?

Что надо сделать, чтобы сохранить деловые отношения?

5. ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ

ФГОС СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Типовое положение об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении)

Программа учебной дисциплины ОП.01 «Основы коммерческой деятельности».

Устав ФГБОУ ВО «АГТУ».

Программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров образовательного учреждения ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ».

Положение о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации студентов (обучающихся) образовательного учреждения ФГБОУ ВО «АГТУ».

6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ПОДГОТОВКЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ К АТТЕСТАЦИИ

4.1. Основная учебная литература:

1. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — С. 9 — 62 — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437395/p.9-62>

2. Нигметзянова, А. М. Основы коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие / А. М. Нигметзянова, Г. И. Гарипова, Л. Ю. Махоткина. — Казань : КНИТУ, 2019. — 84 с. — ISBN 978-5-7882-2715-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/196157> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Памбухчиянс, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянс. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-394-04267-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229583>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2. Дополнительная учебная литература:

1. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02383-1. — С. 6 — 29 — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438108/p.6-29>

2. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16309-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530777>.

3. Минько, А.Э. Основы коммерции : учебное пособие / А.Э. Минько, Э.В. Минько. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 513 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01224-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436732>

4.3. Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

а) официальные издания:

1. Конституция Российской Федерации. Последняя действующая редакция с Комментариями. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://constrf.ru/>

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/>

3. Национальный проект «Образование». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://strategy24.ru/rf/>

4. Всемирная декларация об обеспечении выживания, защиты и развития детей (1990). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_child90.shtml

б) справочно-библиографические издания:

1. Википедия: свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://ru.wikipedia.org>

2. Психологический словарь / Под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. – 2-е изд., перер. и доп. – М.: Астрель-АСТ-Транзиткнига, 2004. – 479 с. (4 экз.)

3. Энциклопедия культур Deja Vu. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.ec-dejavu.ru

в) периодические издания:

1. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2018, №2 - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/309455>

2. Развитие личности. 2019, №1 - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314117>

6.4 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Федерального агентства по рыболовству. – <http://fish.gov.ru/>

2. Официальный сайт министерства промышленности и торговли Российской Федерации. – <http://minpromtorg.gov.ru/>

3. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. – <http://рспп.рф/>

4. Интернет-издательство «Библиотека»: электронные издания произведений и биографических и критических материалов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.magister.msk.ru/library/library.htm

5. Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.liber.rsuh.ru

6. Научная библиотека им. М.Горького СПбГУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.library.spbu.ru

7. Университетская электронная библиотека Infolio. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // www.infoliolib.info

4.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых в учебном процессе

Наименование программного обеспечения	Назначение
Образовательный портал Moodle	Образовательный портал ДРТИ построен на обучающей виртуальной среде Moodle и доступен по адресу https://www.портал.дрти.рф из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет, в том числе из локальной сети ДРТИ. Образовательный портал ДРТИ подходит как для организации online- классов, так и для традиционного обучения. Портал разделен на «открытую» (общедоступную) и «закрытую» части. Доступ к закрытой части осуществляется после предъявления персональной пары «логин-пароль» преподавателем или студентом.
Электронно-библиотечная система ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»	Обеспечивает доступ к электронно-библиотечным системам издательств, доступ к электронному каталогу книг, трудам преподавателей, учебно-методическим разработкам ДРТИ, периодическим изданиям.

Возможность доступа к электронно-библиотечным системам

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
<p>ЭБС Юрайт www.urait.ru</p>	<p>ЭБС Юрайт - ресурс, включающий электронные версии книг издательства "Юрайт". Издательство специализируется на издании учебной литературы для высших и средних специальных учебных заведений по новым образовательным стандартам. Включает в себя каталог грифованных учебников по социально-экономическому, гуманитарному и юридическому, естественнонаучному и техническому направлениям. Авторами учебников являются преподаватели ведущих вузов России. В ЭБС представлены учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением действующих требований ФГОС. В ЭБС присутствует возможность: индивидуального неограниченного доступа пользователей к содержимому из любой точки, в которой имеется подключение к сети Интернет; одновременного индивидуального доступа пользователей к содержимому; полнотекстового поиска по содержимому, формирования статистических отчетов по пользователям. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки).</p>
<p>ЭБС «Лань» https://e.lanbook.com</p>	<p>ЭБС включает в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. Предоставляет возможность круглосуточного дистанционного индивидуального пользования, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, с возможностью просмотра и скачивания на сайте в он-лайн режиме. Предоставляет право доступа к отдельным коллекциям, в частности таким, как «Инженерно-технические науки – Издательство Лань», «Информатика – Издательство Лань», «Химия – Издательство Лань», «Теоретическая механика – Издательство Лань».</p>
<p>ЭБС Рыбохозяйственное образование http://lib.klgtu.ru/jirbis2</p>	<p>Информационный ресурс ФГБОУ ВО "КГТУ" состоит исключительно из учебных изданий рекомендованных Федеральными учебно-методическими объединениями в системе высшего образования и среднего профессионально образования. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки). Пользование ЭБС не требует никакого дополнительного программного обеспечения или аппаратных устройств, достаточно иметь подключение к Интернету. Чтение электронной версии книг доступно в постраничном режиме, а при необходимости возможно цитирование. Удобный и современный контекстный поиск по всему хранилищу книг позволяет быстро найти нужную книгу. Доступ осуществляется по логину и паролю, логин и пароль доступа находятся на общем абонементе.</p>

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
<p>Цифровой образовательный ресурс IPRsmart (ЭБС IPRBOOKSHOP.RU) www.iprbookshop.ru</p>	<p>Важнейший ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса. Использование ЭБС IPR BOOKS позволяет обучающемуся подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты. Преподавателям ресурс будет полезен при составлении учебных планов и РПД, подготовке и проведении занятий, получении информации о новых публикациях коллег.</p> <p>Ресурс ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу, предназначенную для разных направлений обучения, с помощью которого можно получить необходимые знания, подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты.</p> <p>Контент ЭБС IPRbooks представлен изданиями федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует требованиям федеральных образовательных стандартов высшего, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования, и ежедневно пополняется новыми актуальными изданиями. ЭБС IPRbooks содержит множество эксклюзивных изданий, которые не представлены в других ресурсах, в том числе издательств группы компаний IPRmedia: Вузовское образование, Профобразование, Ай Пи Эр Медиа.</p> <p>Удаленный доступ посредством сети Интернет возможен с любого ПК. Работать с ЭБС IPR BOOKS можно так же с мобильных устройств в круглосуточном режиме удаленно (скачайте приложение IPRbooks Mobile Reader на App Store или Play Market, приложение для слабовидящих IPRbooks WV-Reader на App Store или Play Market).</p>

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения	Назначение
1С:Предприятие 8.0.	Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
ABBYY FineReader 8.0 Corporate Edition	Система оптического распознавания текста
STDU Viewer	Программа для просмотра электронных документов
Google Chrome, Opera	Браузер
Windows NT	Графические, интерактивные, многозадачные оперативные системы корпорации Microsoft
Dr.Web	Антивирусные программные продукты

Наименование программного обеспечения	Назначение
Microsoft Office	Приложения – офисные редакторы для работы с текстовыми документами, электронными таблицами, электронными сообщениями, базами данных, изображениями и т.д.
Moodle	Образовательный портал ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»
7-zip	Архиватор

Перечень информационных справочных систем

Наименование ИСС	Назначение
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»	Содержит российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты по здравоохранению, технические нормы и правила.

Сведения об обновлении информационного обеспечения обучения представлены в локальной сети ДРТИ по адресу: <\\Base\\192.168.10.10\для обмена по дфагту\ИТ в обучении>