

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

**Факультет Торгово-технологический
Кафедра Товароведение, туризм и право**

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
доцент Тлупов Т.Х.



« 27 » мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Региональные особенности коммерческой деятельности

Направление подготовки – **38.04.06 Торговое дело**

Направленность (профиль) – **Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг**

Квалификация выпускника – **магистр**

Курс обучения **1 (1)**

Семестр **2 (2)**

Форма обучения **очная (очно-заочная)**

Рабочая программа дисциплины Б1.В.04 «Региональные особенности коммерческой деятельности» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Минобрнауки России 12 августа 2020 г. № 982 (далее ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки магистров по данному направлению

Составитель рабочей программы

к.э.н., доцент  С.И. Балаева

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Товароведение, туризм и право»

Протокол от «22» мая 2025 г. № 10

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент  Е.А. Яицкая

Одобрено методической комиссией факультета «Торгово-технологический»

Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК факультета «Торгово-технологический»

к.б.н., доцент  Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование комплекса знаний в организации коммерческой деятельности на региональном уровне.

Задачами курса являются:

- изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности разных видов предприятий с целью оптимизации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Коды компетенций	Результаты освоения образовательной программы (компетенция или содержание достигнутого уровня освоения компетенции)		Результаты обучения
УК -5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1 УК-5 Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе меж-культурного взаимодействия.	Знать: принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия Уметь: учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия Владеть: навыками оценки результатов своей научной работы с точки зрения основных экономических категорий
		ИД-2 УК-5 Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе меж-культурного взаимодействия	Знать: методы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; нормы межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур Уметь: анализировать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; строить межкультурное взаимодействие с учетом разнообразия культур Владеть: системным подходом при анализе информации
ПК-1	Способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИД-1ПК-1 Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров	Знать: инновационные системы закупок и продаж товаров Уметь: оценивать и выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров Владеть: навыками оценки и выбора инновационных систем закупок и продаж товаров
		ИД-2ПК-1 Использует инновационные системы закупок и продаж товаров	Знать: инновационные подходы к управлению закупками и продажами товаров Уметь: использовать инновационные системы закупок и продаж товаров Владеть: навыками использования инновационных систем закупок и продаж товаров

ПК-4	Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИД-1ПК-4 Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов	Знать: процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. Уметь: анализировать конъюнктуру рынка. Владеть: навыками прогнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов.
		ИД-2ПК-4 Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности-	Знать: методы анализа предприятия. Уметь: анализировать деятельность предприятия. Владеть: навыками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Региональные особенности коммерческой деятельности» входит в часть формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» по выбору, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в часах выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и на самостоятельную работу

Учебные занятия	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
	семестр	семестр
	2	2
	З. е./часов	З. е./часов
1. Контактная работа, з.е./час, в том числе (час):	37 (1,03)	12 (0,33)
лекции	16 (4)*	4
практические занятия	16(4)*	6 (2)*
групповые консультации	1	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	-
Промежуточная аттестация: зачет с	1	1
Самостоятельная работа з.е/час, в том числе (час):	71(1,97)	96 (2,67)
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	66	91
подготовка к промежуточной аттестации	5	5
Общая трудоемкость	3/108	3/108

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1.Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества академических часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

№№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. работа
		Лекции	Прак. занятия	Сам. изуч. отд. тем
1.	Раздел 1. Региональные особенности организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Тема 1.Организационно – правовые формы функционирования	2	2	4

	ния предприятий, их отличительные особенности и развитие.			
2.	Тема 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.	2	2	8
3.	Тема 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия.	2	2	8
4.	Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур Тема 4. Организация управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле.	2(2)*	2	8
5.	Тема 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров.	2	2(2)*	8
6.	Тема 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности.	2	2 (2)*	10
7.	Раздел 3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур Тема 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле.	2(2)*	2	10
	Тема 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий	2	2	10
Итого по дисциплине:		16(4)*	16 (4)*	66

4.2. Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

№№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Сам. работа
		Лекции	Прак. занятия	Сам. изуч. отд. тем
1.	Раздел 1. Региональные особенности организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения. Тема 1. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие.	1	-	10
2.	Тема 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.	0,5	1(1)*	10
3.	Тема 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия.	0,5	1(1)*	11
4.	Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур Тема 4. Организация управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле.	0,5	1	12
5.	Тема 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров.	0,5	1	12
6.	Тема 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности.	0,5	1	12
7.	Раздел 3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур Тема 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле.	0,5	1	12
	Тема 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий	-	-	12
Итого по дисциплине:		4	6(2)*	91

4.3. Содержание разделов дисциплины

4.3.1 Лекции

№№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость час.	
			очно	очно-заочно
1.	Региональные особенности организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения.	ЛЕКЦИЯ № 1. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие. 1.Понятие, виды и классификация юридических лиц в сфере бизнеса. 2.Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц: предприятий и объединений. 3.Малые предприятия, их роль и отличительные особенности.	2	1
		ЛЕКЦИЯ № 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия. 1. Сущность и принципы коммерческой деятельности предприятий в рыночной экономике. 2. Основные функции и задачи коммерческой службы предприятия, ее организационная структура управления. 3. Закономерности формирования организационных структур управления, коммерческой деятельностью предприятий различных отраслей.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ № 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия. 1. Материально – техническая база и техническая политика 2. Оценка эффективности материально-технической базы	2	0,5
2.	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торговো-посреднических структур	ЛЕКЦИЯ № 4. Организация управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле. 1.Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью 2.Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия 3.Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий 4.Структура и составные части коммерческой деятельности в оптовой торговле. 5.Оптовая торговая сеть, ее структура и функции, перспективы развития. 6.Функции и организационная структура, принципы и методы управления оптовыми торговыми предприятиями.	2(2)*	0,5
		ЛЕКЦИЯ № 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. 1. Особенности коммерческих действий при закупке товаров. 2. Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Продажа товаров: методы, организация и эффективность. 3. Значение и роль товарных запасов. 4. Составляющие товарно-ассортиментной политики. 5. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя.	2	0,5
		ЛЕКЦИЯ № 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности. 1.Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии	2	0,5

		<p>2. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях.</p> <p>3. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции</p> <p>4. Понятие кооперации в оптовой торговле</p> <p>5. Формы кооперации</p> <p>6. Функции предприятий оптовой и розничной торговли в процессе кооперации</p>		
3.		<p>ЛЕКЦИЯ № 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли.</p> <p>1. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии.</p> <p>2. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях.</p> <p>3. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции.</p> <p>4. Эффективность коммерческой деятельности в розничной торговле.</p>	2(2)*	0,5
		<p>ЛЕКЦИЯ № 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий</p> <p>1. Содержание, принципы, цели и задачи коммерции.</p> <p>2. Становление и развитие коммерции как вида деятельности и отрасли научных знаний.</p> <p>3. Факторы, влияющие на развития коммерции.</p> <p>4. Направления развития коммерции.</p>	2	-
	Итого по дисциплине:		16(4)*	4

4.3.1 Практические занятия

№№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание практических занятий	Трудоемкость час.	
			очно	очно- заочно
1	Региональные особенности организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения.	<p>Практическое занятие 1. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие.</p> <p>1. Понятие, виды и классификация юридических лиц в сфере бизнеса.</p> <p>2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц: предприятий и объединений.</p>	2	-
		<p>Практическое занятие 2. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие.</p> <p>3. Малые предприятия, их роль и отличительные особенности.</p>	2	1(1)*
		<p>Практическое занятие 3. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.</p> <p>1. Сущность и принципы коммерческой деятельности предприятий в рыночной экономике.</p> <p>2. Основные функции и задачи коммерческой службы предприятия, ее организационная структура управления.</p>	2	1(1)*
2	Особенности организации и управления коммер-	Практическое занятие 4. Организация управления коммерческой деятельностью торгового предприятия и в оптовой торговле.	2	1

	ческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур	1.Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью 2.Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия Практическое занятие 5. Организация управления коммерческой деятельностью торгового предприятия и в оптовой торговле. 1.Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий 2.Структура и составные части коммерческой деятельности в оптовой торговле.	2(2)*	1
3	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднических структур	Практическое занятие 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности. Кооперация в оптовой торговле. 1.Формы кооперации 2.Функции предприятий оптовой и розничной торговли в процессе кооперации Практическое занятие 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле. 1. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии. 2. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях. Практическое занятие 8. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле. 1. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции. 2. Эффективность коммерческой деятельности в розничной торговле.	2(2)* 2 2	1 1 -
Итого по дисциплине:			16(4)*	6(2)*

**Занятия, проводимые в интерактивной форме*

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Региональные особенности коммерческой деятельности» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (очно -заочной) формам обучения соответственно 71 (96) часа, из них 66(91) часа выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов. При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к практическим занятиям, к опросу, тестированию, к контрольным балльно-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, во время проведения балльно-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На очно-заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5 ч. по очной форме и 5 ч. по очно-заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачету. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№ разделов	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (очно-заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения	Форма самостоятельной работы и контроля
1	Тема 1. Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие. 1. Охарактеризуйте сельское хозяйство как объект управления 2. Что представляют собой государственные и муниципальные унитарные предприятия? 3. В чем особенности производственных кооперативов? 4. Что такое акционерное общество? 5. В чем различия между хозяйственными обществами и товариществами? 6. Какие вы знаете органы управления АПК?	4(10)	[2]*, [5]*, [7]*, [9]*, [10]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
	Тема 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия. 1. Территориальная и организационно-управленческая структуры 2. Какие существуют виды коммерческих организаций? 3. Какие коммерческие организации и фирмы можно отнести к полностью независимым от производителей товаров? 4. Какова наиболее рациональная структура закупочно-сбытового отдела производственно-коммерческого предприятия? 5. Какими показателями определяется коммерческая деятельность? 6. Какие существуют преимущества и недостатки в иерархическом построении управления коммерческой фирмой?	8(10)	[2]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
	Тема 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия. 1. Структура бизнес-плана на промышленных предприятиях различных форм собственности 2. Структура бизнес-плана, рекомендуемая для производителей сельскохозяйственной продукции.	8(11)	[1]*, [3]*, [4]*, [10]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета
2.	Тема 4. Организация управления коммерческой деятельностью торгового предприятия и в оптовой торговле. 1. В чем особенности менеджмента фер-	8(12)	[1]*, [3]*, [5]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче

	мерского хозяйства? 2.В чем сущность контроля? 3.Каковы задачи управленческого контроля? Какие вы знаете стадии контроля?			зачета.
	Тема 5.Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие. 1.Перечислите принципы маркетинга 2.Каковы функции маркетинга? 3.В чем особенности маркетинга сельскохозяйственной продукции? 4.Назовите основные стратегии маркетинга. В чем их сущность? 5.Как организуется маркетинговая стратегия?	8(12)	[1]*, [3]*, [5]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета.
	Тема 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности. Кооперация в оптовой торговле. 1. Издержки производства в сельском хозяйстве. 2.Стоимость и себестоимость сельхозпродукции и сырья. 3.Состав и классификация затрат при исчислении себестоимости продукции.	10(12)	[1]*, [3]*, [5]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
3.	Тема 7.Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле. 1.Государственное кредитование. 2.Коммерческое кредитование. Потребительское кредитование. 3.Лизинговое кредитование. 4.Ипотечное кредитование. 5.Международный кредит.	10(12)	[1]*, [3]*, [5]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
	Тема 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий 1.Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции 2.Понятие кооперации в оптовой торговле	10 (12)	[1]*, [3]*, [5]*, [7]*	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета
	Подготовка к промежуточной аттестации	5(5)		Сдача зачета
Итого по дисциплине:		71(96)		

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1.	Тема 1.Организационно – правовые формы функционирования предприятий, их отличительные особенности и развитие.	УК-5 ПК-1 ПК-4	1-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к практике
	Тема 2.Организация коммерческих служб,		

	структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.		ским занятиям
	Тема 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия.		
2.	Тема 4. Организация управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле	УК-5 ПК-1 ПК-4	2-ой рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	Тема 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров.		
3.	Тема 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности	УК-5 ПК-1 ПК-4	3-ий рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к практическим занятиям
	Тема 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговле		
	Тема 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий		

6.2. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание уровня усвоения студентами знаний и формирования умений и навыков а также освоения профессиональных компетенций по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятий, согласно, календарного учебного графика. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за активное участие на семинарских и практических занятиях);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (тестовые задания и коллоквиум);

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов, из которых на долю текущего контроля приходится 10 баллов, а остальные 10 баллов студент может получить по результатам промежуточного контроля.

Критериями оценки сформированности компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этим критериям, при разработке шкал оценивания руководствуемся следующим:

15-20 баллов – студент получает при высоком уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

Это позволяет получить студенту экзамен «автоматом» (при 49 и более баллов) или на промежуточной аттестации (при 45 и более баллов) оценку «отлично».

10-14 баллов – студент получает при среднем уровне овладения компетенциями и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – студент получает при пороговом уровне овладения компетенциями и частично с пробелом освоении знаний, умений и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Рабочей программой дисциплины «Коммерция» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

УК-5 способностью анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПК-1 способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров

ПК-4 способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В процессе освоения образовательной программы компетенций УК-5, ПК-1, ПК-4 формируются при изучении дисциплин, прохождении практики и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Торговое дело»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
УК-5	Б1.О.02 Методология и методы исследований в сфере обращения	1
	Б1.В.04 Региональные особенности коммерческой деятельности	2
	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе	8
ПК-1	Б1.В.04 Региональные особенности коммерческой деятельности	2
	Б1.В.08 Международный бизнес	3
	Б2.О.04(П) Производственная практика, торгово-технологическая	4
	Б2.О.05(Пд) Производственная практика, преддипломная	8
ПК-4	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе	
	Б1.О.08 Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	2
	Б1.В.03 Инвестиции на рынке товаров и услуг	
	Б1.В.04 Региональные особенности коммерческой деятельности	
	Б1.В.08 Международный бизнес	3
	Б1.В.ДВ.02.01 Планирование и прогнозирование в условиях рынка	3
	Б1.В.ДВ.02.02 Конкурентная политика коммерческих организаций	
	Б1.В.ДВ.03.01 Оценка бизнеса	
	Б1.В.ДВ.03.01 Административно-правовые основы взаимодействия государства и бизнеса	
	Б2.О.03(Н) Производственная практика, научно-исследовательская	4

	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе	8
--	--	---

** Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин и прохождения практик.*

7.2. Перечень компетенции с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

7.2. Перечень компетенции с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Промежуточная аттестация - зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от зачета, (получить его «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;
- если студент набрал по итогам текущего рейтинга **49** и более баллов, то он получает зачет «автоматом»;

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр по учебной дисциплине составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов) Каждая контрольная точка, согласно календарного учебного графика в семестре их 3, оценивается в 20 баллов, из которых 10 приходится на текущий контроль, 10 баллов на промежуточный. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (зачет).

Индикаторы достижения компетенций*

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
ИД-1 УК-5 Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия (второй этап)	Знать: принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	Не знает принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	Частично знает принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	Достаточно хорошо знает принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	В полной мере знает принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
	Уметь: учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Не умеет учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Частично умеет учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Достаточно хорошо умеет учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	В полной мере умеет учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
	Владеть навыками: оценки результатов своей научной работы с точки зрения ос-	Не владеет навыками оценки результатов своей научной рабо-	Частично владеет навыками оценки результатов своей научной работы	Достаточно хорошо владеет навыками оценки результатов своей научной	В полной мере владеет навыками оценки результатов своей научной работы

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые ре- зультаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	новых экономи- ческих категорий	ты с точки зрения основ- ных экономи- ческих катего- рий	с точки зрения основных эконо- мических категорий	работы с точки зрения основ- ных экономиче- ских категорий	с точки зрения основных эконо- мических ка- тегорий
ИД-2 УК-5 Демонстрирует способ-ность анализировать и учитывать раз- нообразие куль- тур в процессе меж-культурного взаимодействия (второй этап)	Знать: методы анализа и учета разнообразия культур в процес- се межкультурно- го взаимодей- ствия; нормы межкультурного взаимодействия с учетом разнообра- зия культур	Не знает ме- тоды анализа и учета разно- образия куль- тур в процессе межкультур- ного взаимо- действия; нормы меж- культурного взаимодей- ствия с учетом разнообразия культур	Частично знает методы анализа и учета разно- образия культур в процессе меж- культурного взаимодействия; нормы меж- культурного взаимодействия с учетом разно- образия культур	Достаточно хо- рошо знает ме- тоды анализа и учета разнооб- разия культур в процессе меж- культурного взаимодействия; нормы меж- культурного взаимодействия с учетом разно- образия культур	В полной мере знает методы анализа и учета разнообразия культур в процес- се межкультур- ного взаимо- действия; нормы меж- культурного взаимодействия с учетом разно- образия культур
	Уметь: анализи- ровать разнообра- зие культур в про- цессе межкуль- турного взаимо- действия; строить межкультурное взаимодействие с учетом разнообра- зия культур	Не умеет ана- лизировать разнообразие культур в процес- се межкуль- турного взаимо- действия; строить межкультур- ное взаимо- действие с учетом разно- образия куль- тур	Частично умеет анализировать разнообразие культур в процес- се межкуль- турного взаимо- действия; строи- ть межкуль- турное взаимо- действие с уче- том разнообра- зия культур	Достаточно хо- рошо умеет ана- лизировать раз- нообразие куль- тур в процессе межкультурного взаимодействия; строить меж- культурное вза- имодействие с учетом разнообра- зия культур	В полной мере умеет анализи- ровать разнообра- зие культур в процессе меж- культурного взаимодействия; строить меж- культурное вза- имодействие с учетом разнообра- зия культур
	Владеть навыка- ми: системного подхода при ана- лизе информации	Не владеет навыками си- стемного под- хода при ана- лизе информа- ции	Частично владе- ет навыками системного подхода при анализе инфор- мации	Достаточно хо- рошо владеет навыками си- стемного под- хода при анали- зе информации	В полной мере владеет навыка- ми системного подхода при анализе инфор- мации
ИД-1ПК-1 Оценивает и вы- бирает иннова- ционные систе- мы закупок и продаж товаров (второй этап)	Знать: инноваци- онные системы закупок и продаж товаров	Не знает ин- новационные системы заку- пок и продаж товаров	Частично знает инновационные системы заку- пок и продаж товаров	Достаточно хо- рошо знает ин- новационные системы заку- пок и продаж товаров	В полной мере знает иннова- ционные систе- мы закупок и продаж товаров
	Уметь: оценивать и выбирать инно- вационные систе- мы закупок и про- даж товаров	Не умеет оце- нивать и вы- бирать инно- вационные системы заку- пок и продаж товаров	Частично умеет оценивать и выбирать инно- вационные си- стемы закупок и продаж товаров	Достаточно хо- рошо умеет оценивать и выбирать инно- вационные си- стемы закупок и продаж товаров	В полной мере умеет оцени- вать и выбирать инновационные системы заку- пок и продаж товаров

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые ре- зультаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	Владеть: навыка- ми оценки и вы- бора инновацион- ных систем заку- пок и продаж то- варов	Не владеет навыками оценки и вы- бора иннова- ционных си- стем закупок и продаж това- ров	Частично владе- ет навыками оценки и выбо- ра инновацион- ных систем за- купок и продаж товаров	Достаточно хо- рошо владеет навыками оцен- ки и выбора инновационных систем закупок и продаж това- ров	В полной мере владеет навы- ками оценки и выбора иннова- ционных си- стем закупок и продаж товаров
ИД-2ПК-1 Использует ин- новационные системы закупок и продаж това- ров (второй этап)	Знать: инноваци- онные подходы к управлению за- купками и прода- жами товаров	Не знает ин- новационные подходы к управлению закупками и продажами то- варов	Частично знает инновационные подходы к управлению закупками и продажами то- варов	Достаточно хо- рошо знает ин- новационные подходы к управлению закупками и продажами то- варов	В полной мере знает иннова- ционные под- ходы к управ- лению закупка- ми и продажами товаров
	Уметь: использо- вать инновацион- ные системы заку- пок и продаж то- варов	Не умеет ис- пользовать инновацион- ные системы закупок и про- даж товаров	Частично умеет использовать инновационные системы заку- пок и продаж товаров	Достаточно хо- рошо умеет ис- пользовать ин- новационные системы заку- пок и продаж товаров	В полной мере умеет использо- вать иннова- ционные систе- мы закупок и продаж товаров
	Владеть: навыка- ми использования инновационных систем закупок и продаж товаров	Не владеет навыками ис- пользования инновацион- ных систем закупок и про- даж товаров	Частично владе- ет навыками использования инновационных систем закупок и продаж това- ров	Достаточно хо- рошо владеет навыками ис- пользования инновационных систем закупок и продаж това- ров	В полной мере владеет навы- ками использо- вания иннова- ционных си- стем закупок и продаж товаров
ИД-1ПК-4 Выявлять, ана- лизировать и прогнозировать тенденции раз- вития и устойчи- вости рыночных процессов (второй этап)	Знать: процессы управления товар- ной политикой и рекламной дея- тельностью пред- приятия.	Не знает про- цессы управ- ления товар- ной политикой и рекламной деятельностью предприятия.	Частично знает процессы управления то- варной полити- кой и рекламной деятельностью предприятия.	Достаточно хо- рошо знает про- цессы управле- ния товарной политикой и рекламной дея- тельностью предприятия.	В полной мере знает процессы управления то- варной полити- кой и реклам- ной деятельно- стью предприя- тия.
	Уметь: анализи- ровать конъюнк- туру рынка.	Не умеет ана- лизировать конъюнктуру рынка.	Частично умеет анализировать конъюнктуру рынка.	Достаточно хо- рошо умеет ана- лизировать конъюнктуру рынка.	В полной мере умеет анализи- ровать конъ- юнктуру рынка.
	Владеть: навыка- ми прогнозирова- ния тенденций развития и устой- чивости рыночных процессов.	Не владеет навыками про- гнозирования тенденций развития и устойчивости рыночных процессов.	Частично владе- ет навыками прогнозирова- ния тенденций развития и устойчивости рыночных про- цессов.	Достаточно хо- рошо владеет навыками про- гнозирования тенденций раз- вития и устой- чивости рыночных процессов.	В полной мере владеет навы- ками прогнози- рования тен- денций разви- тия и устойчи- вости рыночных процессов.
ИД-2ПК-4 Применять ме- тоды анализа	Знать: методы анализа предприя- тия.	Не знает ме- тоды анализа предприятия.	Частично знает методы анализа предприятия.	Достаточно хо- рошо знает ме- тоды анализа	В полной мере знает методы анализа пред-

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые ре- зультаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
пред-приятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональ- ной деятельно- сти (второй этап)				предприятия.	приятия.
	Уметь: анализи- ровать деятель- ность предприя- тия.	Не умеет ана- лизировать деятельность предприятия.	Частично умеет анализировать деятельность предприятия.	Достаточно хо- рошо умеет ана- лизировать дея- тельность пред- приятия.	В полной мере умеет анализи- ровать деятель- ность предпри- ятия.
	Владеть: навыка- ми анализа пред- приятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессиональной деятельности	Не владеет навыками ана- лиза предпри- ятия, внешней среды, рын- ков, бизнес технологий и результатов профессио- нальной дея- тельности	Частично владе- ет навыками анализа пред- приятия, внеш- ней среды, рын- ков, бизнес тех- нологий и ре- зультатов про- фессиональной деятельности	Достаточно хо- рошо владеет навыками ана- лиза предприя- тия, внешней среды, рынков, бизнес техноло- гий и результа- тов профессио- нальной дея- тельности	В полной мере владеет навы- ками анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес технологий и результатов профессио- нальной дея- тельности

*На этапе освоения дисциплины

Для допуска к зачету, которым заканчивается изучение дисциплины, студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше 30 баллов, то студент не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

Для допуска к зачету студенту необходимо восстановить пробелы, как по текущему, так и по промежуточному контролю. На зачете студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** бал-
лов.

Если по итогам рейтинга студент набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче зачета и остальные **20-40** баллов он получает на зачете.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценива- ния	Критерии оценивания
Высокий уровень (зачтено)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионально-го применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень (зачтено)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Порого- вый уро- вень (зачтено)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Мини- мальный уровень (не зачте- но)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.4. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ИД-1ук-5, ИД-2ук-5, ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-1 ПК-4, ИД-2 ПК-4 в процессе освоения образовательной программы

7.4.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Тема 1. Организационно-правовые формы предприятий

1. Складочный капитал формируется при создании:

- а) общества с ограниченной ответственностью
- б) полного товарищества
- в) открытого акционерного общества
- г) закрытого акционерного общества

2. Уставный фонд не формируется при создании:

- а) акционерного общества
- б) общества с ограниченной ответственностью
- в) артели
- г) казенного предприятия

3. Хозяйственным товариществом является:

- а) общество с ограниченной ответственностью
- б) общество с дополнительной ответственностью
- в) коммандитное товарищество
- г) закрытое акционерное общество

4. Одно лицо может быть полным товарищем:

- а) в двух товариществах
- б) одном товариществе
- в) одном полном товариществе и одном коммандитном товариществе
- г) неограниченном числе товариществ

5. Хозяйственным обществом является:

- а) полное товарищество
- б) закрытое акционерное общество
- в) коммандитное товарищество
- г) товарищество на вере

6. Акционерным обществом является хозяйственное общество:

- а) с разделенным на доли уставным капиталом
- б) разделенным на определенное число акций паевым фондом
- в) разделенным на доли складочным капиталом
- г) разделенным на определенное число акций уставным капиталом

7. Число акционеров закрытого акционерного общества не может превышать:

- а) 1
- б) 5
- в) 50
- г) 1000

8. Открытую подписку на выпускаемые акции проводит:

- а) общество с ограниченной ответственностью
- б) открытое акционерное общество
- в) производственный кооператив
- г) коммандитное товарищество

9. Высшим органом управления акционерным обществом является:

- а) наблюдательный совет
- б) ревизионная комиссия
- в) общее собрание акционеров
- г) совет директоров

10. Минимальное число членов кооператива равно:

- а) 100
- б) 5
- в) 1
- г) 50

11. Унитарное предприятие – это коммерческая организация:

- а) наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- б) не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- в) частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- г) наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника

12. Федеральное казенное предприятие учреждается решением:

- а) органа местного самоуправления
- б) Правительством РФ
- в) органа местного самоуправления и Правительством РФ
- г) органом государственной власти субъекта Федерации

13. Холдинговая компания – это предприятие:

- а) владеющее контрольными пакетами акций других предприятий
- б) занимающееся сбытом продукции
- в) контролирующее производство одного вида товара
- г) осуществляющее страховую деятельность

14. Высшим органом управления финансово-промышленной группой является:

- а) общее собрание акционеров
- б) совет учредителей
- в) совет директоров компаний, входящих в состав финансово-промышленной группы
- г) центральная компания финансово-промышленной группы

15. Консорциум — это объединение предприятий для осуществления проектов:

- а) на временной основе
- б) на постоянной основе
- в) на один год
- г) на 10 лет

Тема 2. Организация коммерческих служб, структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.

1. Под «коммерцией» понимают:

- а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций при осуществлении купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

2. Как классифицируются коммерческие операции по их роли в процессе товародвижения:

- а) операции, развивающие процесс товародвижения; операции, устанавливающие процесс товародвижения;
- б) операции, формирующие процесс товародвижения; операции по рекламированию деятельности в процессе товародвижения;
- в) операции, предшествующие процессу товародвижения; операции, регулирующие процесс товародвижения; операции, обобщающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос;
- г) операции, обеспечивающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос; операции, завершающие процесс товародвижения?

3. Какие требования предъявляются к коммерческой информации:

- а) достоверность, правдивость, объемность, логичность, своевременность;
- б) достоверность, надежность, оперативность, системность, комплексность;
- в) надежность, оперативность, специализация, обобщенность, логичность;
- г) достоверность, надежность, конкретность, своевременность, правдивость?

4. Состав субъектов договоров поставки:

- а) организации;
- б) индивидуальные предприниматели;
- в) юридические лица и индивидуальные предприниматели;
- г) физические лица.

5. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе формирования коммерческих связей:

- а) поставка товаров, устранение разногласий по договорам
- б) оформление коммерческих связей, проведение претензионной работы;
- в) учет и контроль выполнения договоров, заключение договоров;
- г) изучение рынка товаров, определение источников закупки, определение оптимальных каналов сбыта, оценка собственной конкурентоспособности, выбор формы коммерческих связей?

6. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

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

7. Существенные условия договора поставки:

- а) предмет договора; объем, сроки и периоды поставки; ассортимент и качество товаров;

- б) предмет договора; почтовые реквизиты сторон; способ доставки товаров; вид транспорта;
- в) предмет договора, организационно-правовая форма сторон; виды деятельности сторон; права и обязанности сторон;
- г) сведения об учредительных документах сторон; виды деятельности сторон; способ доставки товаров; имущественная ответственность сторон; юридические адреса сторон.

8. Отгрузочная разнарядка представляет собой:

- а) документ, оформляемый при заключении договора поставки, его неотъемлемая часть;
- б) документ, оформляемый поставщиком при отгрузке товаров покупателю;
- в) документ, оформляемый в случае, если покупатель дает поставщику распоряжение отгрузить товары конкретным получателям;
- г) документ, оформляемый получателем при отборке товаров на складе поставщика.

9. Какой документ оформляется в случае изменения и расторжения договора поставки:

- а) спецификация;
- б) дополнительное соглашение;
- в) протокол разногласий;
- г) протокол согласования цен?

10. Ассортимент товаров представляет собой:

- а) набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков, предназначенный для продажи населению;
- б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- в) совокупность товаров, предназначенных для реализации;
- г) совокупность товаров, находящихся на рынке.

11. Что такое «устойчивость» ассортимента товаров:

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

12. Какие экономические факторы оказывают влияние на торговый ассортимент:

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

13. Какие социальные факторы оказывают влияние на ассортимент товаров:

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

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

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

15. Высшим органом управления в обществе с ограниченной ответственностью является:

- а) собрание полных товарищей;
- б) собрание участников;
- в) собрание пайщиков.

Тема 3. Материально-техническая база для коммерческой деятельности торгового предприятия.

1. Где содержится определение коммерческой (торговой) деятельности?

- а) в Уголовном кодексе РФ;
- б) в Гражданском кодексе РФ;
- в) в Трудовом кодексе РФ;
- г) в Налоговом кодексе РФ.

2. Что такое Российское коммерческое право?

- а) один из элементов российской правовой системы;
- б) совокупность правовых норм, регулирующих правила торговли;
- в) относительно самостоятельное подразделение системы российского права, состоящее из правовых норм и институтов, регулирующих качественно специфический вид общественных отношений;
- г) совокупность обычаев делового оборота.

3. Предмет коммерческого права:

- а) управленческие отношения;
- б) отношения, возникающие в сфере товарного обращения;
- в) отношения, возникающие в сфере административного права;
- г) управленческие отношения и отношения, возникающие в сфере товарного обращения и административного права.

4. Что является целью коммерческой деятельности?

- а) извлечение прибыли посредством систематического отчуждения товаров;
- б) просто систематическое отчуждение товаров;
- в) безвозмездная передача товаров третьим лицам.
- г) получение прибыли.

5. Источник коммерческого права:

- а) обычай делового оборота;
- б) судебный прецедент;
- в) договор поставки;
- г) договор подряда.

Тема 4. Организация управления коммерческой деятельностью торгового предприятия и в оптовой торговле.

1. Организаторами оптового оборота являются:

- а) дилеры;
- б) биржа, оптовый рынок;
- в) торговое представительство, торговый дом;
- г) торговые агенты.

2. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:

- а) от поставщика изготовителя;
- б) поставщиком без завоза товаров на свои склады;
- в) организаторами оптового оборота;
- г) непосредственно на оптовые базы.

3. Оптовая ярмарка выставка отличается от оптового продовольственного рынка:

- а) эпизодичностью проведения;
- б) организацией проведения;
- в) продажей товаров мелкими партиями;
- г) продажей товаров населению для личного потребления.

4. Розничная продажа отличается от оптовой:

- а) продажей товаров мелкими партиями;
- б) продажей товаров для последующей реализации;
- в) продажей товаров населению для личного потребления;
- г) размером торговой наценки.

5. Что принято понимать под «коммерцией»?

- 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.

6. Что будет целью коммерческой стратегии?

- 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

7. Отметьте основные моменты, с которыми 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.

8. Объект 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

9. Название основного потребительского предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность:

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

10. Что не является коммерческой организацией:

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

Тема 5. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие.

1. На процесс товародвижения влияют следующие факторы:

- а) производственные и транспортные
- б) степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров
- в) социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения
- г) все вышеназванные факторы

2. Транзитная форма товародвижения подразумевает поступление в розничную торговую сеть товаров:

- а) от предприятий промышленности (прямой канал)
- б) со склада оптового предприятия
- в) от производственных предприятий или через одно складское звено оптового предприятия.
- г) прошедших через одно или несколько оптовых звеньев

3. Назовите типы торговых посредников, выступающих в каналах распределения от своего имени:

- а) дилер, дистрибьютор
- б) дилер, консигнатор
- в) дистрибьютор, агент, брокер
- г) комиссионер, агент, брокер

4. Под оптовой торговлей понимается:

- а) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования
- б) деятельность по продаже товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам
- в) продажа товаров другим оптовым или розничным торговцам
- г) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования, другим оптовым или розничным торговцам

5. Перечислить оптовые структуры, имеющие место на Российском рынке.

- а) организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота.
- б) предприятия оптовой торговли, осуществляющие полный комплект закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности к оптовому звену
- в) оптовые посреднические структуры, не использующие в своей деятельности, как правило, перехода к ним права собственности на товар
- г) все вышеперечисленные

6. Классификации оптовых предприятий по товарной специализации:

- а) универсальные, специализированные
- б) выходные, торгово-закупочные, торговые
- в) федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские
- г) государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные и др.

7. Обязанности получателя при обнаружении в ходе приемки несоответствия качества продукции требованиям нормативно-технической документации.

- а) составить акт за подписями лиц, производивших приемку продукции, вызвать представителя отправителя
- б) приостановить дальнейшую приемку, обеспечить сохранность продукции, принять меры к предотвращению ее смешения с другой однородной продукцией, вызвать представителя отправителя
- в) вызвать представителя отправителя, подать заявление в органы внутренних дел для проведения расследования
- г) приостановить приемку продукции, в которой обнаружены несоответствия, составить акт, вызвать представителя отправителя, продолжить приемку остальной части продукции

8. Под упаковкой следует понимать:

- а) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции
- б) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды
- в) средство или комплекс средств, обеспечивающих процесс обращения
- г) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды, загрязнений, а так же обеспечивающих процесс обращения

9. Основные функции тары и упаковки:

- а) хранение и защита товаров, информативность и эстетичность

- б) создание условий для механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ
- в) средство для выкладки и размещения в торговом зале
- г) все вышеперечисленные функции

10. Товароснабжение – это:

- а) процесс доведения товаров от предприятий изготовителей до предприятий оптовой торговли
- б) система мероприятий, представляющая сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли
- в) деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением товаров от мест происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя
- г) сложный комплекс оперативно-торговой (коммерческой) и технологической деятельности розничных и оптовых предприятий

11. Маршруты централизованной доставки:

- а) кольцевые
- б) маятниковые
- в) линейные
- г) кольцевые и линейные

12. Централизованная доставка товаров в розничную сеть предусматривает:

- а) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами Райпо
- б) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами поставщика
- в) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами самих розничных предприятий
- г) доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами транспортного предприятия облпотребсоюза

13. На какие площади или зоны делится торговый зал:

- а) установочную, площадь зоны расчетного узла
- б) установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла
- в) проходов для покупателей, рабочих мест продавцов
- г) проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла

14. Торговое помещение магазина – это:

- а) часть помещения магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг
- б) специально оборудованная часть помещения магазина, предназначенная для приема, хранения и подготовки товара к продаже
- в) часть помещения магазина, предназначенная для размещения технических служб и/или выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест, технологического и механического оборудования
- г) площадь торговых помещений магазина.

15. Считается, что наиболее приемлемые показатели коэффициентов установочной и демонстрационной площади торгового зала соответственно:

- а) 0,45 – 0,50 и 0,80 – 0,90.
- б) 0,27 – 0,3 и 0,70 – 0,75.
- в) 0,70 – 0,75 и 0,27 – 0,30.
- г) 0,50 и 0,80.

Тема 6. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной и оптовой торговле, оценка и результаты коммерческой деятельности. Кооперация в оптовой торговле.

1. Основоположник кооперативного движения Англии

- а) Роберт Оуэн;
- б) Филипп Бюше;
- в) Фердинанд Раффайзен.

2. Отличие потребительской кооперации от коммерческих структур

- а) извлечение прибыли;
- б) удовлетворение потребностей пайщиков;
- в) торговля в крупных населённых пунктах.

3. Отличие кооперативного магазина от частного

- а) торговля ради выгоды;
- б) торговля только в крупных населённых пунктах;
- в) удовлетворение пайщиков и сельского населения.

4. Укажите конкретные причины появления первых потребительских кооперативов в Англии

- а) нехватка продовольствия в городах;
- б) рост цен на хлеб;
- в) получение рабочими жилья при поступлении на фабрику как условие найма.

5. Когда появляются первые потребительские кооперативы в России

- а) с началом промышленного переворота в стране;
- б) с отменой крепостного права;
- в) после революции 1917 года.

6. Укажите общие признаки кооперативов различных видов

- а) материальное участие;
- б) демократическое управление и контроль;
- в) количество голосов зависит от количества паёв.

7. Принципы «Рочдельских пионеров»

- а) продажа только за наличный расчёт;
- б) продажа выше среднерыночных цен;
- в) торговля доброкачественными товарами.

8. Источники формирования кооперативной собственности

- а) материальное участие членов кооператива;
- б) продажа ценных бумаг;
- в) государственное финансирование.

9. Демократическое управление

- а) высший орган – общее собрание;
- б) равенство всех членов пайщиков в принятии решений;
- в) все исполнительно-распорядительные органы (правление, ревизионная комиссия кооперативного контроля) назначаются вышестоящими организациями.

10. Кооператив это

- а) акционерное общество;

- б) организационно-правовая форма;
- в) профессиональный союз.

11. Современные кооперативные принципы

- а) сотрудничество на местном уровне;
- б) сотрудничество на национальном уровне
- в) сотрудничество на международном уровне.

12. В чем участвует кооперация

- а) в защите окружающей среды;
- б) в борьбе с бедностью;
- в) в пропаганде здорового образа жизни.

13. Критерием, лежащим в основе деления всех кооперативных организаций на типы, являются

- а) государственное устройство;
- б) уровень обобществления собственности;
- в) выполняемые функции.

14. Появлению новых производственных кооперативов способствует

- а) электронно - вычислительная техника;
- б) высокопроизводительное малогабаритное оборудование;
- в) новые технологии.

15. Укажите причины позднего развития кооперации в России

- а) государство не допускало развитие кооперативов;
- б) крестьянство не было подготовлено к восприятию кооперативных идей;
- в) в России позднее появились экономические условия для кооперирования.

Тема 7. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли.

1. Укажите признак по которому не классифицируют розничную торговую сеть

- а) стационарность
- б) удельный вес
- в) форме продажи
- г) размещение

2. Торговый комплекс - это

- а) реализующие универсальный ассортимент товаров и оказывающий широкий набор услуг
- б) многофункциональное торговое предприятие интегрированное в производстве финансовую и внешне экономическую сферу
- в) реализует одну группу товаров
- г) специально оборудованное стационарное здание или его части предназначенная для продажи товаров

3. Магазин с узким или ограниченным ассортиментом с площадью торгового зала не более 50 м.

- а) гипермаркет
- б) универсам
- в) мини - маркет
- г) универмаг

4. Какие требования обеспечивают влажность воздуха, температуры , освещения

- а) технические
- б) технологические
- в) архитектурно- строительные
- г) эстетические

5. Какая планировка торгового зала разбита на изолированные отделы

- а) линейная
- б) смешанная
- в) островная
- г) боксовая

6. Что входит в субъекты рынка

- а) продавцы, партнерство, услуги
- б) продавцы, покупатели, поставщики
- в) товары, услуги
- г) обмен, партнерство, конкуренция

7. Форма рыночных проявлений потребностей

- а) объем спроса
- б) объем предложения
- в) реализованный спрос
- г) спрос

8. Что организуют торговые и промышленные предприятия совместно с домами моделей перед наступлением сезона

- а) покупательная – конференция
- б) выставка – просмотра
- в) дегустация
- г) выставка - продаж

9. Что относится к параметрам надежности товара

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

10. Серьезным оружием в конкурентной борьбе в сфере розничной торговле является

- а) фасад магазина
- б) дизайн магазина
- в) внешний вид полов
- г) мебель и инвентарь

11. Как называется тип признака розничной сети по которому торговую сеть можно разделить на общегородского назначения и сеть жилых или спальных районов.

- а) стационарность
- б) материально-техническая база
- в) размещение
- г) товарно-ассортиментный профиль

12. Носитель информации для воздействия на объект рекламы

- а) вид рекламы
- б) рекламное объявление
- в) средства рекламы
- г) реклама в прессе

13. Идеальное средство рекламирования для фирмы которая хочет иметь широкий круг клиентов

- а) объявления
- б) журналы
- в) газеты
- г) листовки

14. Как называются короткие рекламные фильмы продолжительностью 15-20 секунд:

- а) телезаставка
- б) телефильм
- в) телеобъявление
- г) мультипликационный фильм

15. Информация, которая зачитывается диктором

- а) радиогазета
- б) радиоролики
- в) радиожурналы
- г) радиообъявление

Тема 8. Функции и структура управления розничных торговых предприятий

1. Организационная структура отдела продаж представляет собой:

- а) совокупность всех элементов организации (должностей и структурных подразделений), участвующих в осуществлении процесса продаж, и связей между ними;
- б) совокупность штатных единиц отдела продаж с указанием их должностных полномочий и зоны ответственности;
- в) способ группировки работ и проведения линии подчинения, объединяющий взаимосвязанные и взаимообусловленные стороны единого целого организации системы управления продажами фирмы в увязке с системой ответственности за эти работы.

2. К общим принципам выбора и построения организационной структуры отдела продаж относятся:

- а) соответствие организационной структуры отдела продаж системе взаимоотношений с клиентами;
- б) соответствие организационной структуры маркетинговой концепции фирмы;
- в) соответствие организационной структуры принципам эффективной координации разных видов сбытовой деятельности, выполняемых отдельными сотрудниками или подразделениями фирмы;
- г) соответствие организационной структуры системному подходу к управлению продажами;
- д) соответствие организационной структуры принятым отраслевым нормам и стандартам.

3. Модель управления продажами, вынесенная за рамки материнской структуры организации, — это:

- а) аудит продаж;
- б) проектно-матричная структура;
- в) механистическая структура;

- г) управление по проектам;
- д) аутсорсинг продаж.

4. Модель управления продажами, вынесенная за рамки материнских структур организаций, когда производители пользуются услугами независимых посредников, объединяя свои товары с изделиями других поставщиков и создавая продукцию, удовлетворяющую потребностям конечного пользователя, — это:

- а) двойственная организационная структура;
- б) проектно-матричная структура;
- в) партнерское управление проектами;
- г) маркетинговый альянс;
- д) управление по проектам.

5. Организационная структура управления проектами, предполагающая создание команды специалистов из различных функциональных подразделений фирмы с целью выстраивания взаимоотношений с крупными клиентами, — это:

- а) аудит продаж;
- б) сетевая продажа;
- в) группа по работе с ключевыми клиентами;
- г) командная продажа;
- д) организация продаж по этапам процесса.

6. Схема организации отдела продаж исходя из географических и административных границ рынка функционирования организации представляет собой:

- а) организацию отдела продаж по территориальному признаку;
- б) организацию отдела продаж по продукт-портфолию;
- в) функциональную организацию отдела продаж;
- г) сегментно-клиентскую организацию отдела продаж;
- д) смешанную форму организации службы сбыта.

7. Схема организации отдела продаж исходя из деления зон ответственности работников в соответствии с их товарной специализацией представляет собой:

- а) организацию отдела продаж по территориальному признаку;
- б) организацию отдела продаж по продукт-портфолию;
- в) функциональную организацию отдела продаж;
- г) сегментно-клиентскую организацию отдела продаж;
- д) смешанную форму организации службы сбыта.

8. Схема организации отдела продаж исходя из закрепления определенных функций процесса продаж за сотрудниками отдела или создания специализированных секторов внутри отдела представляет собой:

- а) организацию отдела продаж по территориальному признаку;
- б) организацию отдела продаж по продукт-портфолию;
- в) функциональную организацию отдела продаж;
- г) сегментно-клиентскую организацию отдела продаж;
- д) смешанную форму организации службы сбыта.

9. Схема организации отдела продаж исходя из выделения зоны ответственности внутри отдела по классам и видам клиентов представляет собой:

- а) организацию отдела продаж по территориальному признаку;
- б) организацию отдела продаж по продукт-портфолию;
- в) функциональную организацию отдела продаж;
- г) сегментно-клиентскую организацию отдела продаж;
- д) смешанную форму организации службы сбыта.

10. Преимуществами функциональных организационных структур продаж являются:

- а) стимулирование деловой и профессиональной специализации;
- б) содействие повышению технологичности осуществления этапов продажи;
- в) концентрация внимания на целевых сегментах;
- г) четкое выполнение функций;
- д) отсутствие дублирования функций, что повышает эффективность и скорость обработки заказов и реагирования на запросы клиентов.

11. К преимуществам сегментно-клиентской организации отдела продаж относятся:

- а) появление возможности гибко «настраивать» организационную структуру по функциональным направлениям;
- б) оптимизация коммуникационных связей между отделом продаж и маркетинговой службой;
- в) построение долговременных персональных взаимоотношений с представителями клиентуры;
- г) создание информационной базы по учету требований заказчика;
- д) более эффективная работа с дебиторской задолженностью.

12. Преимуществами организации отдела продаж по продукт-портфолио являются:

- а) построение долговременных персональных взаимоотношений с представителями клиентуры;
- б) стимулирование деловой и профессиональной специализации;
- в) содействие повышению технологичности выполнения операций в функциональных областях продаж;
- г) тесное взаимодействие сбыта и производства;
- д) адекватная оценка динамики изменений потребностей рынка.

13. К преимуществам организации отдела продаж по территориальному признаку относятся:

- а) возможность необходимого охвата рынка;
- б) улучшение взаимодействия с рынком за счет постоянных контактов с потребителями;
- в) возможность эффективного учета различных территорий;
- г) создание информационной базы по учету требований заказчика;
- д) более эффективная работа с дебиторской задолженностью.

14. Условиями эффективных коммуникаций между отделом продаж и службой маркетинга являются:

- а) размытые и динамично изменяющиеся зоны ответственности;
- б) возможность использования четко прописанных процедур взаимодействия;
- в) значимость материальных и нематериальных поощрений сотрудников;
- г) налаженная обратная связь;
- д) закрепленные критерии оценки деятельности подразделений.

15. Наибольшая эффективность взаимодействия отдела продаж и маркетингового достигается при использовании модели:

- а) внутреннего цикла;
- б) совместной модерации развития;
- в) полной интеграции бизнес-процессов;
- г) информирования.

7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям

1-ый рейтинг-контроль

1. Понятие, виды и классификация юридических лиц в сфере бизнеса.
2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц: предприятий и объединений.

3. Малые предприятия, их роль и отличительные особенности.
4. Сущность и принципы коммерческой деятельности предприятий в рыночной экономике.
5. Основные функции и задачи коммерческой службы предприятия, ее организационная структура управления.
6. Закономерности формирования организационных структур управления, коммерческой деятельности предприятий розничных отраслей.
7. Информация как предмет коммерческой деятельности
8. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельности предприятия, автоматизация торговли
9. Коммерческая тайна и ее защита
10. Материально-техническая база и техническая политика
11. Оценка эффективности материально-технической базы

2-ой рейтинг-контроль

1. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью
2. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия
3. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий
4. Структура и составные части коммерческой деятельности в оптовой торговле.
5. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции, перспективы развития.
6. Функции и организационная структура, принципы и методы управления оптовыми торговыми предприятиями.
7. Особенности коммерческих действий при закупке товаров.
8. Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Продажа товаров: методы, организация и эффективность.
9. Значение и роль товарных запасов.
10. Составляющие товарно-ассортиментной политики.
11. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя.

3-ий рейтинг-контроль

1. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии
2. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях.
3. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции
4. Понятие кооперации в оптовой торговле
5. Формы кооперации
6. Функции предприятий оптовой и розничной торговли в процессе кооперации
7. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии.
8. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях.
9. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, структура и функции.
10. Эффективность коммерческой деятельности в розничной торговле.

7.3.3. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Понятие, виды и классификация юридических лиц в сфере бизнеса.
2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц: предприятий и объединений.
3. Малые предприятия, их роль и отличительные особенности.
4. Сущность и принципы коммерческой деятельности предприятий в рыночной экономике.
5. Основные функции и задачи коммерческой службы предприятия, ее организационная структура управления.

6. Закономерности формирования организационных структур управления, коммерческой деятельности предприятий розничных отраслей.
7. Информация как предмет коммерческой деятельности
8. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельности предприятия, автоматизация торговли
9. Коммерческая тайна и ее защита
10. Материально-техническая база и техническая политика
11. Оценка эффективности материально-технической базы
12. Сущность планирования, обеспечение предприятия материальными ресурсами, определение потребностей и разработка плана закупок материальных ресурсов.
13. Организация коммерческих связей и выбор предприятий-поставщиков. Приемка продукции по количеству и качеству. Моральная и материальная ответственность
14. Организация системы сбыта продукции на предприятиях
15. Планирование сбыта, основные функции и каналы сбыта продукции
16. Система управления сбытовой деятельностью на предприятии, ее структура и особенности
17. Стимулирование сбыта как один из прогрессивных приемов, направленный на достижение коммерческого успеха
18. Особенности стимулирования сбыта потребительских товаров
19. Основные цели, задачи, формы и методы стимулирования сбыта товаров
20. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью
21. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия
22. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий
23. Структура и составные части коммерческой деятельности в оптовой торговле.
24. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции, перспективы развития.
25. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.
26. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия.
27. Организация складского хозяйства в оптовой торговле
28. Составляющие товарно-ассортиментной политики
29. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя
30. Особенности коммерческих действий при закупке товаров
31. Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Продажа товаров: методы, организация и эффективность
32. Значение и роль товарных запасов
33. Особенности, принципы, формы и каналы товародвижения.
34. Доставка товаров, их приемка и хранение на складе
35. Значение работы по выполнению заказов товарополучателей
36. Формы транспортного обслуживания потребителей и методы расчета транспортных расходов
37. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности
38. Финансовая аренда (лизинг), его коммерческие условия и технология проведения

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии

с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Балльно-рейтинговая система требует чётких правил её проведения, причём эти правила должны быть, хорошо известны обучающимся. Это достигается ознакомлением каждого обучающегося с вышеуказанными положениями.

График проведения рейтинговых контрольных мероприятия и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утверждённых проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки (специальности), которые размещаются на информационных стендах институтов (факультетов) и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Арженовский, И. В. Региональная экономика / И. В. Арженовский, М. Кий. - Нижний Новгород : ННГАСУ, 2014. - 208 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427578>
2. Дацко, С. Н. Предпринимательство на потребительском рынке. Финансовые аспекты / С. Н. Дацко. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69124
3. Региональная экономика : учебник / Г.Б. Поляк, В.А. Тупчиенко, Н.А. Барменкова и др. ; ред. Г.Б. Поляк. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 463 с. : схем., табл. – (Золотой фонд российских учебников). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118977>
4. Региональная экономика: теория и практика: журнал / гл. ред. Л.А. Чалдаева ; учред. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2019. – Т. 17, вып. 6. – 204 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561871>
5. Экономика сельскохозяйственного предприятия: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. "Экономика" и "Менеджмент" / И. А. Минаков [и др.]; ред. И. А. Минаков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 363 с.

Дополнительная литература:

6. Бусел, И. П. Экономика сельского хозяйства: учебное пособие / И. П. Бусел, П. И. Малихтарович. - Минск: РИПО, 2014. - 448 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
7. Дацко, С.Н. Предпринимательство в России / Дацко Сергей Николаевич. - Москва: Финансы и статистика, 2014. – 349 с.
8. Петропавловский, А. Е. Региональная экономика и управление / А. Е. Петропавловский. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 108 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90729>
9. Формы хозяйствования аграрной сферы в условиях рынка России, проблемы и перспективы развития : учебное пособие / В.Н. Боробов, Е.Е. Можаяев, И.В. Васильева, В.Г. Шафиров ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Российский государственный аграрный заочный университет. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=566809>
10. Экономика сельского хозяйства: учебное пособие для вузов сельскохозяйственных учебных заведений. / ред. Н. А. Попов. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 398 с.

9. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.

- **ЭБС «Издательства Лань»**

Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»

ООО «Издательство Лань».

Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год

<http://e.lanbook.com/>

- **Сетевая электронная библиотека**

ООО «ЭБС ЛАНЬ»

Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный

<http://e.lanbook.com/>

<http://seb.e.lanbook.com/>

- **ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть**

ООО «Директ-Медиа»

Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год

<http://biblioclub.ru>

- **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**

ООО Научная электронная библиотека.

Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год

<http://elibrary.ru>

- **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**

ООО «Эй Ви Ди - Систем»

Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год

- **Гарант**

ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, практических работ), работа на которых обладает определенной спецификой. На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов. Для подготовки и выполнения практических работ студенту следует завести отдельную тетрадь. При подготовке к работе студенту следует составить краткий ответ (1-2 стр.) на контрольные вопросы к практическим работам. Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособия, дополнительной литературы, интернет - источников.

Защита практических работ, приходящиеся на каждый промежуточный рубеж оценивается в **10** баллов (за три точки - **30** баллов).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в

домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать: \

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными и правовыми актами;
- выступления с сообщениями;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторения лекционного материала;
- подготовки к практическим занятиям;
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных и правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Студенты очно-заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, знакомятся с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Региональные особенности коммерческой деятельности» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается зачетом.

11.Перечень лицензионного программного обеспечения

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020» лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии 26ЕС-241021-134643-810-2826, договор № 651/А от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
Российская торговля	http://www.rtpress.ru
Справочно-правовая система ГАРАНТ.	http://www.garant.ru;
Экономика и жизнь	http: // www.akdi.ru

12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п./п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории (№№ 109, 201, 212) для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, монитор, процессор, клавиатура, мышь проводная, наглядный и демонстрационный материал
2.	Практические занятия	Аудитория для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, монитор, процессор, клавиатура, мышь проводная, наглядный и демонстрационный материал
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория (компьютерный класс с выходом в Интернет), для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, монитор, процессор, клавиатура, мышь проводная, наглядный и демонстрационный материал