

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Геннадьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.06.2025 15:07:45

Уникальный программный ключ:

40a6db1879d6a9ee29ec8e0ffb2f95e4614a0998

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

УТВЕРЖДАЮ
декан экономического факультета

_____ / Середа Н.А. /
11 июня 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине
«Организация коммерческой деятельности»

Направление подготовки
(специальность) ВО

38.03.02 Менеджмент

Направленность (специализация)/
профиль

Управление предпринимательской
деятельностью

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Срок освоения ОПОП ВО

4 года

Караваево 2025

Фонд оценочных средств предназначен для оценивания сформированности компетенций по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности»

Разработчик:
доцент Роскова О.А. _____

Утвержден на заседании кафедры «Экономика, организация производства и бизнеса»,
протокол № 13 от 30.04.2025 г.

Заведующий кафедрой Королева Н.Л. _____

Согласовано:
Председатель методической
комиссии экономического
факультета Королева Е.В. _____
Протокол № 3 04.06.2025

Паспорт фонда оценочных средств

Таблица 1

№ п/п	Темы дисциплины	Формируемые компетенции или их части	Оценочные материалы и средства	Количество
1	Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения		Тестирование Опрос	33 12
2	Планирование снабжения, сбыта и организационно- коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах	УК-10 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Тестирование Опрос	27 20
3	Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности		Тестирование Опрос Контрольная работа	31 14 17
4	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли		Опрос Тестирование	10 28
5	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли		Тестирование Контрольная работа	20 20
6	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торгово- посреднических структур	ПКос-1 способен осуществлять проверку качества представленных товаров, работ, услуг.	Опрос Тестирование	15 21
7	Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу- хау» и др.)		Самостоятельная работа (Реферат) Тестирование	10 20
8	Управление коммерческой деятельностью организаций		Тестирование	20

**1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ
ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Таблица 2 – Формируемые компетенции

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Оценочные материалы и средства
МОДУЛЬ I Понятие и содержание коммерческой деятельности		
УК-10 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1ук-10 Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития ИД-2ук-10 Понимает цели и механизмы основных видов государственной социально-экономической политики ИД-3ук-10 Обосновывает принятие экономических решений, использует экономические инструменты и методы при выполнении конкретных задач и достижения поставленных целей	Тестирование Опрос Контрольная работа
Модуль II Оценка эффективности коммерческой деятельности		
ПКос-1 способен осуществлять проверку качества представленных товаров, работ, услуг	ИД-1пкос-1 Знаком с требованиями законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок ИД-2пкос-1 Производит проверку соответствия фактов и данных при предоставлении (предъявлении) результатов, предусмотренных контрактом, условиям контракта ИД-3пкос-1 Готовит документы по результатам проверки качества представленных товаров, работ	Тестирование. Контрольная работа Самостоятельная работа Опрос

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

МОДУЛЬ 1 Понятие и содержание коммерческой деятельности

Вопросы для опроса:

1. Основная классификация хозяйственных организаций
2. Типология организаций как юридических лиц
3. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций
4. Основные организационно-правовые формы единичных и групповых компаний
5. Факторинговые и инжиниринговые компании, особенности их функционирования
6. Информация как предмет коммерческого распространения.
7. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.
8. Технология и индустрия распространения коммерческой информации.
9. Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.
10. Перечислите основные функции отделов, входящих в коммерческую службу хозяйственной организации (предприятия).
11. В чем проявляются различия в коммерческой деятельности хозяйственного предприятия с маркетинговой и сбытовой ориентациями?
12. Дайте характеристику основных принципов построения организационной структуры коммерческой службы хозяйственного предприятия.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 1:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

В настоящее время в России наиболее распространенной формой собственности является:

- + частная
- государственная
- муниципальная
- смешанная

К коммерческим организациям не относятся:

- хозяйственные товарищества и общества
- производственные кооперативы
- +потребительские кооперативы
- государственные унитарные предприятия

По отношению к участникам полного товарищества действует ответственность:

- частичная
- в пределах сумм внесенных ими вкладов
- +полная

не отвечают по долгам кредиторов

Имеют ли право хозяйственные товарищества и общества выпускать акции:

- да
- да, но только после 5 лет работы
- +нет

имеют право на выпуск обыкновенных акций

Товарищество на вере называют по-другому:

- полное
- хозяйственное

+командитное

частичное

По отношению к командистам в товариществе на вере действует ответственность:
ограниченная

+в пределах сумм внесенных ими вкладов

полная

вкладчики не несут ответственности

В России самой распространенной организационно-правовой формой в настоящее время является:

товарищество на вере

производственный кооператив

+общество с ограниченной ответственностью (ООО)

открытое акционерное общество (ОАО)

закрытое акционерное общество (ЗАО)

Предприятие, участники которого несут риск убытков в пределах стоимости внесенных ими вкладов, называется:

+общество с ограниченной ответственностью (ООО)

общество с дополнительной ответственностью (ОДО)

производственный кооператив

потребительский кооператив

Акционерное общество, которое правомочно осуществлять свободную продажу акций на рынке, называется:

+публичное акционерное общество (ПАО)

закрытое акционерное общество (ЗАО)

зависимое хозяйственное общество

дочернее хозяйственное общество

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его участников, называется:

Публичное акционерное общество (ПАО)

+ закрытое акционерное общество (ЗАО)

зависимое хозяйственное общество

дочернее хозяйственное общество

Число акционеров в закрытом акционерном обществе не может быть:

менее 25 акционеров

+ более 50 акционеров

более 75 акционеров

равно 100 акционерам

Доля привилегированных акций в общем объеме вы пуска не может быть более:

10%

20%

+25%

50%

В случае невыплаты дивидендов по привилегированным акциям в течение года:

+владельцы акций приобретают право участия в управлении посредством голосования на общем собрании акционеров;

акции превращаются в простые (обыкновенные) акции;

акции передаются на ответственное хранение в депозитарий;

акции распределяются кратно между всеми участниками

Добровольное объединение граждан для совместной производственной деятельности, основанной на их личном трудовом участии, это:

хозяйственное общество

хозяйственное товарищество

+производственный кооператив
потребительский кооператив

Число членов производственного кооператива должно быть:

+не более 5 человек

не менее 5 человек

не более 15 человек

составлять 20 человек

Холдинговые компании и их дочерние предприятия в России могут быть образованы в виде:

закрытого акционерного общества

открытого акционерного общества

производственного кооператива

+системы коммерческих организаций, которая включает в себя «управляющую компанию» и дочерние компании

Холдинговая компания может контролировать свои дочерние компании

посредством:

введения в руководство «своего» человека

+покупки контрольного пакета акций

установления единых цен на продукцию

установления единых стандартов производства, управления

Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к группе:

+коммерческих организаций

некоммерческих организаций

к физическим лицам

финансово-промышленных предприятий

Промышленный комплекс, объединяющий различные заводы, комбинаты, часто не связанные или имеющие отдаленные технологические и производственные связи

друг с другом, это:

+концерн

конгломерат

транснациональный концерн (ТНК)

корпорация

Многоотраслевое объединение, концентрирующее в своих руках производство самых разнообразных в технологическом плане товаров, называется:

концерн

+конгломерат

транснациональный концерн (ТНК)

корпорация

Транснациональные концерны (ТНК) находятся в собственности или под контролем:

+предпринимателей одной страны

предпринимателей разных стран

правительства страны

государства

Подавляющее большинство коммерческих предприятий в России в настоящее время относят к:

малым предприятиям

+средним

крупным

микропредприятиям

Объединения коммерческих организаций в целях координации предпринимательской деятельности и защиты имущественных интересов участников

ЭТО:

- +союзы;
- +ассоциации;
- холдинги;
- кооперативы;
- общественные организации

Размер минимального уставного капитала открытого акционерного общества имеет следующие ограничения....

не ограничен

не более 1000-кратного минимального размера оплаты труда

не менее 100-кратного минимального размера оплаты труда

+не менее 1000-кратного минимального размера оплаты труда

Под приватизацией понимается

- +процесс приобретения в собственность граждан или их объединений всех или части акций (паев) бывших государственных предприятий;
- передача предприятия в хозяйственное ведение трудовому коллективу;
- передача предприятия во временное пользование трудовому коллективу;
- процесс передачи собственности предприятия трудовому коллективу на праве оперативного управления

Выберите несколько правильных вариантов

Одним учредителем может быть создана следующая организационно правовая форма предприятия:

- +общество с ограниченной ответственностью;
- производственный кооператив
- +ПАО (публичное акционерное общество);
- +ЗАО (закрытое акционерное общество);
- муниципальное предприятие

Главной особенностью общества с дополнительной ответственностью является то, что:

- +оно может быть образовано одним участником;
- его участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных вкладов
- +его участники солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам общества в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов;
- они могут дополнительно принимать вклады от населения
- +при недостаточности имущества данного общества участники общества могут быть привлечены к солидарной ответственности личным имуществом;

Главным преимуществом акционерных обществ является:

- возможность эмиссии (выпуска) акций;
- +возможность привлечения в общество капиталов многих лиц
- акционеры не отвечают по обязательствам общества;
- +возможность получения дивидендов по акциям;
- +общество не отвечает по обязательствам своих акционеров;

В случае превышения установленного законом предела числа участников, закрытое акционерное общество:

- +должно быть преобразовано в открытое акционерное общество;
- должно быть преобразовано в производственный кооператив;
- +должно быть ликвидировано в судебном порядке, если не устранены нарушения закона в течение года;
- в течение года число акционеров должно быть сокращено до установленного +законом количества;
- все вышеперечисленные варианты верны

Простая (обыкновенная) акция дает акционеру право:

- + предоставляет право голоса ее владельцу на общем собрании акционерного общества;
- + свободно распоряжаться акцией;
- + на получение части прибыли от деятельности акционерного общества, которая называется дивидендом;
- владелец вместо права голоса имеет право на получение фиксированного дивиденда;
- внесения изменений и дополнений в устав акционерного общества

Привилегированные акции дают их владельцам право:

- + на получение фиксированного дивиденда;
- голоса на общем собрании акционеров;
- на получение дивидендов и участие в голосовании;
- не обеспечивает гарантированных прав получения дивидендов;
- + на часть имущества в случае ликвидации акционерного общества;

К группе некоммерческих организаций относятся:

- + союзы;
- + ассоциации;
- + потребительские кооперативы;
- производственные кооперативы;
- муниципальные предприятия;

Тема 2 Планирование снабжения, сбыта и организационно-коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах

Вопросы для собеседования:

1. Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами.
2. Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов.
3. Составные части и основные показатели плана материально технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.
4. Укажите существующие методы определения потребности хозяйственного предприятия в материальных ресурсах.
5. Почему важна эффективность закупок в хозяйственных предприятиях?
6. Дайте определение коммерческих связей между поставщиками и потребителями.
7. Почему выбор деловых партнеров и времени имеет столь решающее значение в осуществлении производственно-коммерческой деятельности?
8. Когда и как происходит разработка плана закупок материальных ресурсов, назовите его общие концепции?
9. Каким образом в хозяйственном предприятии происходит ведение переговоров о закупке товаров, прием и обработка заказов, заключение договоров и контрактов; предоставление услуг?
10. Как бы Вы собирали необходимую информацию перед тем, как произвести закупку необходимых товаров?
11. Основные этапы планирования сбыта: определение внешних и внутренних факторов; подбор внешней и внутренней информации; анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана; плана сбыта.
12. Составляющие плана сбыта: цели и задачи сбыта, стратегия и техника сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению, методы проверки плана сбыта.
13. Служба сбыта на хозяйственном предприятии. Дайте краткое описание организации ее работы, состава, распределения прав и обязанностей, организации контроля над исполнением.
14. Что Вы знаете о внешней и внутренней среде системы управления сбытом,

культуре организации сбыта?

15. Расскажите о стратегиях ориентирования сбытовой деятельности предприятия на основе учета состояния рынка, возможностей предприятия и клиентов

16. Организационная структура и функции отделов снабжения предприятий.

17. Способы организации деятельности аппарата сбыта.

18. Организационные отношения в организационных структурах коммерческой деятельности предприятия и их регламентация.

19. Перечислите организационные структуры управления сбытом.

20. Каким образом происходит выбор и внедрение наиболее эффективной структуры управления сбытовой деятельностью предприятия?

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 2

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Какие факторы оказывают влияние на построение организационной структуры отделов, входящих в коммерческую службу предприятия:

технические

экономические

организации производства

+все вышеперечисленные варианты верны

Прямой сбыт продукции промышленными предприятиями осуществляется:

с одним посредником

с двумя посредниками

с тремя посредниками

+без посредников

Условия разработки «стратегии снабжения» промышленного предприятия сырьем и материалами – это:

+исследование рынка сырья и материалов

сбыт

организация товародвижения

закупка

Минимальный уровень сбыта, при котором отсутствует убыток, но нет прибыли, называется:

порог рентабельности

финансовый рычаг

+точка безубыточности

уровень себестоимости

В развитых странах промышленные предприятия используют планирование:

текущее

долгосрочное

среднесрочное

+все вышеперечисленные варианты верны

Процесс долгосрочного планирования на промышленном предприятии включает:

две стадии

+три стадии

четыре стадии

пять стадий

Для определения потребности в материальных ресурсах на промышленных предприятиях целесообразно использовать:

балансовый метод

затратный метод

+нормативный метод

дедуктивный метод

Какой вид закупок на промышленном предприятии не существует:

- напрямую у изготовителя
- через посредника
- на бирже
- через торги
- +все вышеперечисленные варианты верны

Может ли посредник доставить сырье или материалы на предприятие быстрее, чем производитель:

- +да
- нет

только при определенных условиях

только при условии партнерских отношений производителя и заказчика

Какой вид закупок обычно используется при приобретении машин или крупных партий сырья:

- +напрямую у изготовителя
- через посредника
- на бирже
- через торги
- все вышеперечисленные варианты верны

Из затрат на материальные ресурсы, входящих в себестоимость продукции, исключается:

- стоимость тары
- материальные затраты
- затраты на оплату труда
- +стоимость используемых возвратных отходов

Что из перечисленного не относится к количественным методам прогнозирования:

- метод временных рядов
- метод Бокса Дженкинса
- регрессионный анализ
- +метод Дельфи

Что из перечисленного относится к неколичественным методам прогнозирования:

- метод временных рядов
- метод Бокса Дженкинса
- регрессионный анализ
- +корреляционный анализ

Прогноз сбыта продукции может быть:

- краткосрочный
- среднесрочный
- долгосрочный
- +все вышеперечисленные варианты верны

Долгосрочный прогноз охватывает:

- от 3 до 12 месяцев
- от 1 до 5 лет
- +от 5 до 25 лет

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

Среднесрочный прогноз охватывает:

- от 3 до 12 месяцев
- +от 1 до 5 лет
- от 5 до 25 лет
- среди вышеперечисленных вариантов нет верного

Краткосрочный прогноз охватывает:

- +от 3 до 12 месяцев

от 1 до 5 лет

от 5 до 25 лет

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

При неопределенности внешней среды промышленного предприятия применяют:

+краткосрочное планирование

долгосрочное планирование

уровневое планирование

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

Каналы сбыта бывают:

двууровневые

трехуровневые

четырехуровневые

+все вышеперечисленные варианты верны

При продаже средств производства как правило применяют сбыт:

+прямой

интенсивный

селективный

нацеленный

не нацеленный

При продаже товаров широкого потребления применяют:

прямой сбыт

+косвенный сбыт

селективный сбыт

нацеленный

не нацеленный

При продаже товаров, требующих специального обслуживания, обеспечения, запасными частями, создания ремонтных мастерских, подготовки специального персонала применяют:

прямой сбыт

косвенный сбыт

интенсивный сбыт

+селективный сбыт

При продаже товаров какой-либо конкретной группе покупателей применяют:

прямой сбыт

косвенный сбыт

+нацеленный

ненацеленный

Выберите несколько правильных вариантов

Коммерческая служба промышленного предприятия в России включает следующие отделы:

+ маркетинга;

+ сбыта;

+ закупок;

внешнеэкономической деятельности;

планово-экономический

Организация собственных каналов сбыта промышленными предприятиями для реализации продукции конечным потребителям представляет собой:

+магазин;

посредники;

отделы сбыта;

+оптовые предприятия;

В России на промышленных предприятиях в настоящее время в основном

используется планирование:

Текущее;
+долгосрочное;
+краткосрочное;
оперативное

В планы закупок включаются:

+идентификационный код закупки;
+цель осуществления закупки;
+наименование объекта и (или) объектов закупки;
+объем финансового обеспечения для осуществления закупки;
+сроки (периодичность) осуществления планируемых закупок;
указываются ответственные исполнители осуществления закупок

Тема 3: Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности

Вопросы для опроса:

1. Что означает понятие «формирование и развитие ассортимента». Назовите основные критерии и роль ассортимента в сбытовой деятельности.
2. Чем отличаются производственный и торговый ассортимент товаров?
3. Что Вы можете сказать о развитии и управлении ассортиментом
4. Раскройте сущность планирования производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии?
5. Когда и как происходит разработка плана закупок материальных ресурсов, назовите его общие концепции?
6. Укажите существующие методы определения потребности хозяйственного предприятия в материальных ресурсах. Почему важна эффективность закупок?
7. Дайте определение коммерческих связей между поставщиками и потребителями. Почему выбор деловых партнеров и времени имеет столь решающее значение в осуществлении производственно-коммерческой деятельности?
8. Если бы Вы стали специалистом по закупкам, то каким инструментом воспользовались, чтобы судить об эффективности Вашего управления закупочной деятельностью?
9. Каким образом в хозяйственном предприятии происходит ведение переговоров о закупке товаров, прием и обработка заказов, заключение договоров и контрактов; предоставление услуг?
10. Как бы Вы собирали необходимую информацию перед тем, как произвести закупку необходимых товаров?
11. Служба сбыта на хозяйственном предприятии. Дайте краткое описание организации ее работы, состава, распределения прав и обязанностей, организации контроля над исполнением.
12. Что Вы знаете о внешней и внутренней среде системы управления сбытом, культуре организации сбыта? Расскажите о стратегиях ориентирования сбытовой деятельности предприятия на основе учета состояния рынка, возможностей предприятия и клиентов,
13. Перечислите организационные структуры управления сбытом. Каким образом происходит выбор и внедрение наиболее эффективной структуры управления сбытовой деятельностью предприятия?
14. Как Вы себе представляете маркетинговый подход к планированию сбыта готовой продукции, в частности, разработку программы сбыта и концепции сбытовой политики предприятия?

Вопросы для контрольной работы:

1. Формирование ассортимента потребительских товаров и факторы на него влияющие
2. Товарно-ассортиментная политика – основа розничного торгового оборота фирмы
3. Основной и дополнительный ассортимент
4. Значение расширения и обновления ассортимента товаров
5. Ассортиментный перечень потребительских товаров
6. Управление товарной номенклатурой и ее количественная оценка
7. Управление товарными запасами, как составляющая эффективной ассортиментной политики
8. Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятия, основные принципы их проведения, планирование поступления и закупки товара
9. Этапы процесса закупок: планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей
10. Этапы процесса закупок: обеспечение процесса закупок
11. Этапы процесса закупок: процедура выбора поставщиков и заказа товаров
12. Методы определения объема закупок, их сущность и технология расчетов
13. Базисные условия поставки товаров и договорные отношения с контрагентами
14. Методика оценки надежности по минимальной рейтинговой оценке договорных обязательств
15. Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке: их принципы формирования, элементы, управление затратами
16. Классификация методов продажи, их технология и эффективность
17. Управление процессами продажи товаров

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 3:
Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

На предприятиях с небольшим количеством рынков и неширокой номенклатурой, но большим или средним объемом выпускаемой продукции структура отдела маркетинга должна иметь ориентацию:

+функциональную

товарную

рыночную

региональную

Для предприятий, выпускающих большое количество разнообразной продукции, требующей специфических условий производства и сбыта, наиболее целесообразна следующая структура отдела маркетинга:

функциональная

+товарная

рыночная

региональная

Для предприятий, продающих свою продукцию в разных регионах, где имеют место неодинаковые товарные предпочтения, наиболее целесообразна следующая структура отдела маркетинга:

функциональная

товарная

рыночная

+региональная

Для предприятий, продающих свою продукцию на разных рынках, где имеют место неодинаковые товарные предпочтения, а товары требуют специфического

обслуживания, наиболее целесообразна следующая структура отдела маркетинга:

функциональная

+товарная

рыночная

региональная

Что из нижеперечисленного не относится к объектам коммерческой деятельности прямого участия в производстве продукции:

сырье

материалы

+полуфабрикаты

технологическое оборудование

Что из нижеперечисленного не относится к объектам коммерческой деятельности косвенного участия в производстве продукции:

+материалы

приборы

здания и сооружения

машины

Ассортиментный перечень товаров – это перечень:

реализуемых товаров

закупаемых товаров

+товаров, предлагаемых к продаже в соответствии со специализацией торгового розничного оборота

товаров, с указанием количества их видов и подвидов

В обязанности оперативных работников промышленных предприятий не входит:

+изучение рынков поставщиков и потребителей

разработка предложений по оптимизации схем закупки и сбыта товаров

разработка контрактов с определением цен, способов расчетов

все ответы не верны

В обязанности коммерческих работников сбытовых групп промышленных предприятий не входит:

+изучение рынков

изучение рынков поставщиков и потребителей

разработка контрактов с определением цен

все ответы не верны

Число и состав оперативных коммерческих групп, обеспечивающих предприятие необходимым сырьем и материалами, зависит от:

номенклатуры закупаемых товаров

количества поставщиков

географического расположения поставщиков

+все вышеперечисленные варианты верны

Целью создания единых аппаратов помощников генерального директора и директоров является:

+освобождение от значительного объема рутинной работы

организация новых рабочих мест

возможность увеличения прибыли

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

отдел координации закупок и продаж

отдел транспорта и таможенных операций

отдел маркетинга и цен

отдел рекламы

отдел работы с посредниками

+все вышеперечисленные варианты верны

Коммерческая организация отличается от некоммерческой тем, что

осуществляет свою предпринимательскую деятельность постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы
прибыль распределяется между ее участниками

+имеет основной целью своей деятельности получение прибыли
это наиболее простой и дешевый способ организации бизнеса

Доход, получаемый земельными собственниками в виде платы за пользование землей, называется:

+земельной рентой
арендой
мониторингом земель
ценой

Юридическое или физическое лицо, вкладывающее собственные (заемные или привлеченные) финансовые, имущественные и интеллектуальные ценности в инвестиционный проект – это:

+инвестор
меценат
банкир
коммерсант

Диверсификация рисков – это:

различные суммы потерь по разным направлениям коммерческой деятельности;
+процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения капитала, которые непосредственно не связаны между собой;
различия в суммах возможных штрафов;
установление лимита, т.е. предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.п.

Снижение риска экономически целесообразно:

всегда;
+в случаях, когда цена снижения риска значительно ниже суммы возможного ущерба;
в случаях, когда цена снижения риска значительно выше суммы возможного ущерба;
не целесообразно

К форс-мажорным можно отнести обстоятельства:

вызывающие изменение качества товара при его хранении;
вызывающие изменение цен продукции (товаров);
вызванные снижением потребительского спроса;
+непредсказуемое событие (например, стихийное бедствие, военные действия, и др.), не зависящее от воли сторон, участвующих в сделке

Структуры на коммерческих предприятиях, занимающиеся изучением спроса покупателей:

продавцы, так как они непосредственно заняты продажей;
+различные маркетинговые подразделения;
различные финансовые подразделения;
производственные подразделения

Возможно ли получение кредита в банке предпринимателем без образования юридического лица:

нет, банки выдают кредиты только юридическим лицам;
+да, банки рассматривают заявки всех участников коммерческой деятельности;
иногда, если запрашивается незначительная сумма;
да, только на короткий срок

Выберите несколько правильных вариантов

Сущность понятия «риск в коммерческой деятельности» – это:

+возможность опасности, неудач деятельности коммерческого предприятия;

вероятность потерять товары при их транспортировке и хранении;
невыполнение коммерческим предприятием экологических требований;
+возникновение потерь, угрожающее реализации поставленной цели и обусловленное
случайным характером принятых решений;
+это непредвиденная субъектом хозяйственной деятельности опасность

К внешним факторам возникновения рисков в коммерческой деятельности относятся:

+законодательства, регулирующие коммерческую деятельность;
потеря товара от небрежности работников торгового предприятия;
вероятность нечестности служащих, что может нанести материальный ущерб
предприятию;
+налоговая система;
+взаимоотношение с партнером;
+действие с конкурентом;

К внутренним факторам, влияющим на уровень риска коммерческой деятельности, относятся:

+вероятность нечестности служащих, что может нанести материальный ущерб
предприятию;
политические условия;
экономическая обстановка в стране;
экономическое положение на рынке
+низкая квалификация коммерческих работников, результатом деятельности, которых
может быть рискованная коммерческая сделка;

К внешним источникам коммерческой информации относятся:

+данные государственной статистики;
статистическая отчетность предприятия;
+сведения в средствах массовой информации о состоянии рынка;
бухгалтерская отчетность;
+результаты маркетинговых исследований рынка конкретных товаров и услуг;
+результаты специальных обследований;

К внутренним источникам коммерческой информации относятся:

+статистическая отчетность предприятия;
результаты маркетинговых исследований рынка конкретных товаров и услуг;
результаты специальных обследований;
+данные оперативного учета результатов коммерческой деятельности (учет движения
товаров в магазине, учет движения денежных средств и т.д.);
+бухгалтерская отчетность

Соотнесите элементы двух списков

1. Бизнес	2. Документ, в котором отражены основные пути решения проблемы в результате тщательного анализа в целях обоснования выгодности проекта для инвесторов
2. Бизнес-план	3. Совокупность процедур от начала до завершения предпринимательского замысла, т.е. от первоначального вложения средств до получения прибыли, как конечного результата
3. Бизнес-операция	4. Вид торговой сделки, при которой обмен продукции осуществляется в безналичной (товарной) форме
4. Бартер	5. Форма организации торговли в соответствии с заранее установленными правилами

Ведите с клавиатуры Ваш вариант ответа

**Организованный, периодически регулярно функционирующий рынок машин,
оборудования, транспортных средств и многих других товаров – это [ярмарка]**

Вывоз товаров отечественного производства за пределы какой-либо страны –

это [экспорт]

Претензия потребителя товаров или услуг в форме акта, содержащая сведения о нарушении продавцом условий договора, требования устраниния нарушений, а также возмещения причиненного ущерба это – [рекламация]

Сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг – это коммерческая [информация]

Тема 4: Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли

Вопросы для собеседования:

1. Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия.
2. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.
3. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития.
4. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.
5. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?
6. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.
7. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации в оптовой торговле.
8. Дайте характеристику складскому хозяйству в оптовой торговле.
9. Политика коммерческих действий на оптовом предприятии
10. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, обеспечивающих закупку и сбыт товаров покупателям

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 4:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Цена, при которой спрос и предложение равны, это:

+равновесная

рыночная

закупочная

розничная

Экономически целесообразную партию закупки материальных ресурсов у поставщиков рассчитывают для:

нахождения новых поставщиков

нахождения новых покупателей

+в целях уменьшения затрат на предприятии

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

Производственная структура службы материального обеспечения должна включать:

складское хозяйство

транспортное хозяйство

заготовительное хозяйство

+все вышеперечисленные варианты верны

Складское хозяйство предприятия включает в себя склады, по их роли в производственном процессе

материальные

производственные

сбытовые

+все вышеперечисленные варианты верны

Количество продукции, которое должно быть произведено за определенный период

времени и поставлено покупателям в соответствии с заказами или заключенными контрактами, называется:

экономически целесообразная партия закупок

+план сбыта

производственная мощность предприятия

портфель заказов

Максимально возможный годовой выпуск продукции определенного качества при заданных номенклатуре и ассортименте называется:

экономически целесообразная партия закупок

план сбыта

+производственная мощность предприятия

портфель заказов

При увеличении объема выпуска продукции не возрастают:

+постоянные расходы

переменные расходы

нормативные

накладные

Минимальное количество продукции, одновременно отгружаемое поставщиком одному грузополучателю для обеспечения полной загрузки транспортных средств, это:

портфель заказов

+транзитная норма

трансферные поступления

объем перевозок одного вида товара

договорные обязательства

Минимальное количество определенного вида продукции, менее которого завод поставщик не производит и не поставляет одному адресату, называется:

транзитная норма

+норма заказа

производственная мощность

портфель заказов

Минимальное количество продукции, которое предприятие поставщик отгружает в один адрес, называется:

норма заказа продукции

+транзитные нормы

все вышеперечисленные варианты верны

среди вышеперечисленных вариантов нет верного

Что из перечисленного не относится к переменным затратам промышленного предприятия:

материальные затраты

затраты на содержание и эксплуатацию оборудования

+административно управленческие расходы

среди вышеперечисленных вариантов нет верного ответа

Выберите несколько правильных вариантов

Для расчета экономически целесообразной партии закупки материальных ресурсов у поставщиков необходимы:

годовые затраты на организацию закупки и поставки материальных ресурсов;

годовые затраты на закупку материалов;

+расходы на хранение материальных запасов на складе в течение года;

+все вышеперечисленные варианты верны;

По техническому устройству склады подразделяются на:

+открытые (площадки);

единичные и смешанные;

+закрытые;

+специальные;

Возвратные отходы могут оцениваться:

+по полной цене исходного материального ресурса;

+по пониженной цене;

по максимальной цене;

все вышеперечисленные варианты верны

Организация эффективного управления запасами основывается на следующих факторах:

+ вид товара;

стоимость товара;

+время закупки товара;

качество товара;

+ количество товара;

При формировании портфеля заказов предприятия поставщики должны учитывать:

+существующие рынки сбыта продукции предприятием;

+реальный, производственно-технический потенциал предприятия;

+реальные возможности поставщиков ресурсов на предприятии;

+государственные заказы;

объем продукции (товаров, услуг), предоставляемый конкурентами

Что из перечисленного не относится к постоянным затратам промышленного предприятия:

административно-управленческие расходы;

+материальные затраты;

+сырье;

возвратные отходы

+оплата труда работников;

Ведите с клавиатуры Ваш вариант ответа

Требование к поставщику изготовить и поставить в конкретные сроки определенные товары, необходимые для удовлетворения спроса покупателей, это – [заказ]

Документ, выдаваемый государством юридическому или физическому лицу и обеспечивающий признание за ним прав на исключительное использование изобретения в течение установленного срока это – [патент]

Освобождение (полное или частичное) от выполнения установленных обязательств по уплате налогов – [налоговые льготы]

Обязательный сбор с юридических и физических лиц, проводимый на основе государственного законодательства – [налог]

Ситуация на рынке, при которой все предложения товаров и услуг сосредоточены в руках одного или немногих крупных продавцов-изготовителей это – [монополия]

стандартная по количеству и качеству партия товара, предлагаемая на продажу как одно целое, используется при проведении биржевых, ярмарочных торгов и аукционов это – [лот]

Разрешение со стороны государственных органов на проведение торговли как на внутреннем, так и на внешнем рынках сбыта это – [лицензия]

Возможность быстрого превращения активов коммерческих структур в денежные средства для своевременного погашения своих долговых обязательств – [ликвидность]

Умение устанавливать и поддерживать необходимые контакты, способность человека идти навстречу собеседнику, готовность сделать первый шаг в установлении

нового контакта это – [коммуникабельность]

Как называется цена за товар, работу или услугу при реализации их в крупных размерах – [оптовая]

Представление, которое сложилось у покупателей и заказчиков о фирме, ее конкурентоспособности, качестве изготавливаемых ею товаров и оказываемых услуг это – [имидж]

Тема 5: Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли

Вопросы для контрольной работы:

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.
3. Назовите цели коммерческой работы розничного торгового предприятия.
4. Укажите значимость целевой программы стратегического планирования для развития коммерческой деятельности в розничном торговле.
5. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
6. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.
7. Перечислите основные направления организации и развития коммерческой деятельности в розничной торговле.
8. Какие существуют разновидности розничной реализации продукции в зависимости от ее предназначения?
9. Назовите основные организационно-экономические типы розничных торговых предприятий и дайте характеристику каждому из них.
10. Перечислите основные виды коммерческих связей розничных торговых предприятий на потребительском рынке.
11. Охарактеризуйте вертикальные и горизонтальные связи с субъектами рынка.
12. Дайте определение прямым коммерческим связям торговых предприятий.
13. Назовите предпосылки хозяйственных связей розничного торгового предприятия с поставщиками и оцените их надежность.
14. Назовите методы управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.
15. Перечислите функциональные и организационные структуры розничного торгового предприятия.
16. В чем заключается техника и технология управления розничным торговым предприятием?
17. Рассмотрите элементы системы управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (компании).
18. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?
19. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменений спроса на товары.
20. Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия.
21. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой в розничном торговом предприятии.
22. Что такое ассортиментный перечень? Как осуществляется контроль за ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии?
23. Укажите основные и вспомогательные операции торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия.
24. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания

покупателей, Вы знаете?

25. Какие факторы в наибольшей мере влияют на продажу товаров?
26. Перечислите методы розничной продажи товаров и дайте характеристику каждому из них.
27. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки товаров в розничном торговом предприятии?
28. Какие действия должен осуществлять продавец розничного торгового предприятия в зависимости от поведения покупателей?
29. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании реализуемых товаров в розничной торговле.
30. Назовите предпродажные и послепродажные услуги розничного торгового предприятия. Как осуществляется расчет их стоимости?

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 5:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Основные функции рынка – это

- регулирующая
- ценообразующая
- стимулирующая
- распределительная

+все ответы верны

Розничная торговля отличается от оптовой торговли:

- +размером продаваемых партий товаров;
- характером дальнейшего использования товаров;
- формами расчета за товар (наличный, безналичный расчеты);
- ассортиментным перечнем

Рыночные издержки, связанные с подготовительной работой (например, ведением переговоров и др.) перед заключением контракта называются:

издержками обращения

+транзакционными издержками

прямыми затратами

издержками маркетинга

Вознаграждение посреднику, установленное как процент от стоимости сделки – это:

дивиденды

+комиссионное вознаграждение

проценты по кредиту

ссудный процент

Портфель заказов – это:

+совокупность заказов, имеющихся у фирмы на определенную дату;

документ, выдаваемый государством юридическому или физическому лицу;

письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю, о продаже товаров на определенных условиях;

эталон для определения качества товара при заключении контракта купли-продажи

Оплачиваемое опосредованное психологическое воздействие на группу лиц с целью побудить их покупать определенные товары или услуги – это:

рекламация

+реклама

сделка купли-продажи

скидка

Прибыль - это

- +денежная выручка минус полная себестоимость реализованной продукции
- полная себестоимость реализованной продукции минус денежная выручка

отношение денежной выручки к количеству реализованной продукции
отношение себестоимости к денежной выручке

Обмен товарами с использованием денег – это
бартер

+товарно-денежные отношения

договорные отношения

факторинг

Искусственное снижение цены с целью вытеснения конкурентов с рынков сбыта
является

свободной ценой

эластичной

+демпинговой

договорной

Цена определяется как...

разница между выручкой и себестоимостью

+отношение выручки к количеству реализованной продукции

отношение прибыли и полной себестоимости

сумма денежных средств, уплачиваемых за купленные товары

Уровень рентабельности производства рассчитывается как ...

+отношение полученной прибыли к полной себестоимости продукции, выраженное в процентах

отношение прибыли к сумме стоимости основных и оборотных средств производства, выраженное в процентах

разница между денежной выручкой и себестоимостью продукции

отношение денежной выручки к количеству произведенной продукции

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

розничная продажа

оптовая продажа

сезонные скидки

+стимулирование сбыта

Существуют мероприятия по стимулированию сбыта, направленные на:

потребителя

торговых посредников

собственный торговый персонал

+все вышеперечисленные варианты верны

Выберите несколько правильных вариантов

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

+скидки с цены;

премии «толкачи»;

+распространение купонов;

+бесплатные образцы товаров;

бесплатная партия товаров

К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на торговых посредников, не относят:

+скидки с цены;

+премии «толкачи»;

+организация съездов дилеров

скидки сезонных распродаж

оптовые скидки

Причины возникновения коммерческого риска – это:

- +падение спроса или потребности на товар;
- +введение ограничений на продажу;+неопределенность условий осуществления коммерческой деятельности;
- слабость действующей законодательной базы;
- +в ряде отраслей – непредвиденные погодные условия;

Введите с клавиатуры Ваш вариант ответа

Одна из распространенных форм торговли, по которой покупатель объявляет конкурс для продавцов на товар с определенными технико-экономическими показателями – это [тендер]

Величина, на которую одна цена ниже другой – это [скидка]

Соотнесите элементы двух списков

1. Ценовая конкуренция	2. Предполагает сосредоточение основного внимания на уникальных свойствах продукции и комплекса услуг, предлагаемых продавцом покупателю
2. Неценовая конкуренция	1. Базируется на использовании цены в качестве основного инструмента в рыночной политике
3. Оценка сложившейся ситуации	4. Предприятие стремится достичь относительного превосходства перед конкурентами по различным параметрам выпускаемой продукции
4. Достижение относительного превосходства	3. Продавец изыскивает резервы и возможности сохранения своих позиций на рынке
5. Исчерпание возможностей и завершение жизненного цикла товара	5. Связано с исчерпанием возможностей и завершением жизненного цикла конкретного товара. Выход из положения состоит в переходе производства предложения на рынок нового товара, который смог бы заменить устаревший для достижения коммерческого успеха
	6. Базируется на использовании себестоимости продукции в качестве основного метода ценообразования

Соотнесите элементы двух списков

1. Конъюнктура рынка	2. Соглашение обязательного характера, по которому одна сторона берет обязательство купить у другой стороны или продать ей обусловленное количество товара
2. Контракт	3. Соперничество между товаропроизводителями за лучшие, экономически более выгодные условия производства и сбыта товаров
3. Конкуренция	4. Независимый оптовый посредник, осуществляющий деятельность по закупке продукции с целью ее продажи для конечного потребления на договорной основе
4. Дистрибутор	1. Состояние рынка, характеризуемое соотношением спроса и предложения на товары, услуги и другие работы
5. Маклер	5. Предприниматель, осуществляющий посреднические функции от своего имени и за свой счет, и часто встречается в мелкооптовой, розничной и биржевой торговле
	6. Письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю, о продаже товаров на определенных условиях.

Тема 6: Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур

Вопросы для опроса:

1. Какова роль торгово-посреднических структур в организации оптовой торговли в России?
2. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на российском товарном рынке?
3. Какие функции осуществляют оптово-посреднические фирмы Федеральной

контрактной системы Российской Федерации?

4. Каковы особенности коммерческих условий государственного контракта на поставку товаров для государственных нужд?

5. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибуторов и дилеров.

6. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм продаж товаров?

7. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?

8. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.

9. Каковы особенности развития коммерческой деятельности торгово-посреднических фирм в России и зарубежных странах?

10. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.

11. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.

12. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях?

13. Изложите сущность аукционной торговли товарами.

14. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

15. Раскройте содержание коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 6:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Какой вид сервиса не существует:

предпродажный

послепродажный

+внутрипродажный

все вышеперечисленные варианты верны

Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию:

разработка каталогов и прейскурантов

доставка товара к месту продажи

подготовка товара к продаже

+распаковка и расконсервация

Что из нижеперечисленного не относится к гарантийному обслуживанию:

+инспекционные посещения и контроль условий и процесса эксплуатации товара

осмотр, наладка и регулировка

текущий ремонт и замена неисправных деталей и частей

поставка запасных частей и комплектующих

Что из нижеперечисленного не относится к послегарантийному обслуживанию:

инструктаж и консультация пользователей

контроль условий и процесса эксплуатации

осмотр и профилактика неисправностей

+модернизация

Организационная форма объединения отдельных в правовом и хозяйственном отношениях совместных предприятий для совместного осуществления деятельности под единой координацией лидера этого объединения называется:

кооператив

холдинг

совместное предприятие

+консорциум

По каким направлениям система обслуживания в целом ориентирована на решение

основных задач

- по отношению к рынку
 - по отношению к товару
 - по отношению к потребителям
 - по отношению к обслуживанию
- +все вышеперечисленные варианты верны

Система обслуживания может осуществляться:

- непосредственно предприятием изготовителем
 - филиалами предприятия изготовителя
 - консорциумом изготовителей
 - специализированными предприятиями;
- посредниками

- +все вышеперечисленные варианты верны

Может ли фирма-производитель передавать потенциальным покупателям бесплатные образцы товаров:

- +да
- нет

может при определенных условиях

все варианты ответов не верны

Увеличение числа посредников между промышленным предприятием и предприятием розничной торговли способствует:

- более быстрому движению товара;
- +более медленному движению товара;
- не оказывает влияния на скорость движения товара;
- приближению товара к конечному потребителю;
- изменению структуры товарооборота

Выберите несколько правильных вариантов

Что из нижеперечисленного не относится к послепродажному обслуживанию:

- установка и монтаж;
- +подготовка к работе;
- наладка и регулирование;
- +подготовка товара к продаже;
- поставка запасных частей и комплектующих

К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленных на посредников, агентов и продавцов относят:

- бесплатное распространение опытных образцов продукции;
- +премии и ценные подарки лучшим торговым работникам; (33,3333%)
- +предоставление призов, купонов; (33,3333%)
- +предоставление скидок и бонусов за определенный объём покупки; (33,3333%)
- предоставление продукции во временное пользование

На основании каких принципов планируется, организуется и осуществляется сервис:

- +гарантированность;
 - предупредительность;
 - превентивность;
 - +стандартизация;
- все вышеперечисленные варианты верны

Классификация поставщиков по форме собственности:

- +государственные;
- +муниципальные;
- поставщики-посредники;
- поставщики-изготовители;

+кооперативные;

+частные;

Классификация поставщиков по функциональным признакам:

муниципальные;

+поставщики-посредники;

+поставщики-изготовители;

кооперативные;

частные;

республиканские

Участие в ярмарках помогает товаропроизводителям:

+лучше изучить сложившуюся на рынке ситуацию;

увеличить объем выпуска товаров;

+корректировать планы выпуска товаров;

+найти покупателей;

снизить себестоимость товаров

Введите с клавиатуры Ваш вариант ответа

Своеобразный сертификат с правом получение скидки при покупке конкретного товара (его часто вкладывают в упаковки, печатают в газетах, журналах), это – [купон]

Предложение, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, достаточно определено выражающее намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым предложение будет принято, это – [оферта]

Ответ лица, которому адресована оферта. Он должен быть полным и безоговорочным, это – [акцепт]

Соотнесите элементы двух списков

1. Поставщик обязуется передать в обусловленные сроки закупаемые или производимые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности	2. Договор купли-продажи
2. Одна сторона (продавец) обязуется передать товар в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену)	1. Договор поставки
3. Производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную им продукцию заготовителю для переработки или продажи	4. Договор аренды
4. Договор имущественного найма, по которому арендодатель обязуется предоставить арендатору имущество за плату во временное владение и во временное пользование.	3. Договор контрактации
5. Соглашение между работником и работодателем (физическими или юридическими лицами)	5. Трудовой договор
	6. Договор комиссии

Соотнесите элементы двух списков

1. Одна сторона имеет только права, а другая только обязанности	2. Двухсторонние договоры
2. Каждая из сторон имеет по отношению к другой как права, так и обязанности	1. Односторонние договоры
3. Участвуют три, и более сторон	4. Возмездные договоры
4. Сторона должна получать плату за исполнение своих обязанностей	3. Многосторонние договоры
5. Одна сторона обязуется предоставить что-либо другой стороне без получения платы	5. Безвозмездные договоры
	6. Реальные договоры

Тема 7: Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

Тематика рефератов:

1. Организация коммерческой деятельности различных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
2. Организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия с использованием элементов маркетинга.
3. Состав и оценка рисков коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
4. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового торгового предприятия
5. Организация оптовой продажи и пути ее совершенствования
6. Лизинг как одна из современных форм сбыта продукции.
7. Коммерческие банки и их роль в функционировании рынка ценных бумаг
8. Организация коммерческой деятельности страховых компаний
9. Инфраструктура лизингового рынка России
10. Банки – стимуляторы рыночных преобразований в России. Характеристика рынка банковских услуг

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 7:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Продажа как консультирование – это:

определение основных групп фирм, работающих на данном рынке

определение ёмкости и характера рынка

+ процесс предоставления клиенту полной информации по товарам и услугам
диалог покупателя и продавца товара

Продажа как эффективная коммуникация – это:

ситуация, когда продавец стремится достичь максимального взаимопонимания с покупателем

+ условия, когда достигается максимальное понимание и осознание взаимной выгоды
изучение спроса и предложения на рынке и его отдельных сегментах
изучение экономической конъюнктуры рынка
диалог покупателя и продавца товара

Предпринимательская деятельность по законам РФ – это:

любой вид деятельности, приносящий доход

+ самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными государством в этом качестве

источник личного обогащения

производство продукции и выполнение работ для личного собственного потребления

Предприятие – это:

+ субъект хозяйствования;

субъект и объект права – имущественный комплекс, используемый для предпринимательства;

коллектив людей;

место работы участников трудового коллектива

Реализация товаров за деньги – это:

бартер

+ продажа

кредит

товарно-денежные отношения

Сумма денег, по которой товары продаются населению – это:

закупочная цена

+розничная цена

оптовая цена

демпинговая цена

Факторы производства – это

производительность труда

+земля, труд, капитал и предпринимательские способности

размер производства продукции

машины, оборудование

Ограниченнность ресурсов – это проблема, которая:

есть только у бедных людей

+есть у всех людей и обществ

существует только в бедных странах

никогда не возникает в богатых семьях

Плата за пользование капиталом называется:

заработной платой

+ссудным процентом

рентой

дивидендом

Плата за пользование земельным участком называется:

дивидендом

рентой

процентом

+земельным налогом, либо арендной платой

Диверсификация производства – это:

увеличение масштаба производства товаров

расширение ассортимента производимых фирмой товаров

углубление специализации производства

+одновременное развитие множества несвязанных видов производства, увеличения

ассортимента производимых изделий одним предприятием

Вывоз товара или капитала за границу, это:

импорт

+экспорт

пошлина

договор поставок

Лицо, берущее имущество или землю на определённый срок за плату, это:

фермер

+арендатор

менеджер

арендодатель

Неспособность предпринимателя оплатить свои долги кредиторам, ведущая к потере

имущества и прекращению экономической деятельности, это:

убытки

+банкротство

санация

ликвидация

Максимальный объем продаж, которого могут достичь все компании рынка в течение

определенного периода времени, это:

объем рыночных продаж

+ёмкость рынка

структура товарной продукции

ассортимент продукции

Совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями, это:

+рынок

хозяйствующий субъект

экономика

маркетинг

Лизинг – это:

прокат оборудования для коммерческих структур;

ремонт имущества с последующей передачей его собственнику;

продажа объектов основных фондов по остаточной стоимости;

+аренда имущества, часто с правом последующего выкупа по основной стоимости

Выберите несколько правильных вариантов

Формулировка «ноу-хау», что относится к его категории:

запатентованное техническое решение или изобретение;

незапатентованное техническое решение или изобретение;

+это секрет производства, подпадающий под действие законов о коммерческой тайне;

+дословная формулировка – «знаю, как сделать это»;

дословная формулировка – «умею делать»

Сельскохозяйственный предприниматель, действующий на основе собственного

труда, это:

служащий;

+фермер;

работодатель;

+индивидуальный предприниматель;

Выберите несколько правильных вариантов

Финансовый лизинг:

+ предполагает полную окупаемость имущества, т.е. полную выплату его стоимости лизингодателя;

+это форма, при которой осуществляется лизинг имущества на длительный срок;

+исключается возможность расторжения договора в течение основного срока аренды; поставщик и лизингодатель совмещены в одном лице;

это сдача в краткосрочную аренду транспортных средств, строительной техники, приборов

Тема 8: Управление коммерческой деятельностью организации

Фонд тестовых заданий для текущего контроля знаний по теме 8:

Компьютерное тестирование (ТСк):

Выберите один правильный вариант

Коммерческая деятельность – это:

экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг;

+часть предпринимательской деятельности на товарном рынке, не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги;

самостоятельная деятельность, основанная на свой страх и риск;

торгово-посредническая деятельность

Основные виды профессиональной деятельности коммерсанта – это:

организационно-коммерческая

маркетинговая

торгово-экономическая

торгово-закупочная

+все ответы верны

Потенциальная полезность товара – это:

- +способность какого-либо продукта труда удовлетворять индивидуальные конкретные потребности с учетом доступности;
- производство товара в необходимом объеме;
- производственные возможности предприятий;
- свойство товара, отражающее его качественную характеристику

Конъюнктура рынка – это:

- +соотношение спроса, предложения цен, объемов продаж в определенный момент времени;
- покупательная способность в конкретный момент времени;
- количество денег, находящееся в данный момент на рынке;
- структура товарного ассортимента

Для коммерческих предприятий понятие «ёмкость» рынка характеризует:

- +максимально возможный объем реализации при сложившейся конъюнктуре;
- количество потенциальных покупателей;
- количество потенциальных продавцов;

сложившееся в какой-либо момент времени соотношение цен

Степень влияния конкурентов на результаты деятельности коммерческих организаций:

- +конкуренция оказывает существенное влияние на экономический результат деятельности;
- конкурентная борьба приводит к сужению ассортимента продукции; конкуренция слабо влияет на величину прибыли;

все ответы верны

Физические лица могут быть участниками коммерческой деятельности:

- +да
- нет

могут в установленных законом случаях

могут только индивидуальные предприниматели

Цель, которую преследуют коммерческие организации на рынке:

увеличение объема продаж

максимально возможное снижение расходов

+получение прибыли в результате своей деятельности

сокращение убытков в результате своей деятельности

Дочернее общество отличаются от зависимого общества:

более развитой материально-технической базой;

порядком оформления учредительных документов;

+величиной доли в уставном капитале основной коммерческой организации;

тем, что оно не отвечает по долгам основного общества

Государственные и муниципальные унитарные предприятия могут ли заниматься коммерческой деятельностью:

не могут, так как решают определенный круг задач;

+могут, так как являются, как правило коммерческими предприятиями;

могут с разрешения вышестоящих организаций;

могут по решению правительства РФ или муниципалитета

Стандартизация качества товаров и услуг проводится с целью:

увеличения и расширения ассортимента;

снижения цен товаров и услуг;

+обеспечения качества и, в первую очередь, безопасности товаров и услуг;

присвоения торговой марки

Целью государственного антимонопольного регулирования является:

расширение ассортимента и повышение качества товаров и продукции;
+поддержание конкуренции, сокращение числа случаев недобросовестной конкуренции;
увеличение доходов потребителей;
сокращение числа предпринимательских субъектов

Недопущение одним коммерческим предприятием других на рынок расценивается как:

демпинг
+ограничение конкуренции
сегментирование рынка
конкурентная борьба

Началом коммерческой работы считается:

реализация товаров (услуг);
подписание договора о сотрудничестве;
+закупка товара;
строительство торгового предприятия;
получение прибыли

Величина (объем) спроса определяется:

ёмкостью рынка;
конъюнктурой рынка;
+наибольшим количеством товара, который покупатель готов купить по предложенной цене за некоторый период времени;
наименьшим количеством товара, который покупатель готов купить по предложенной цене за некоторый период времени;
ассортиментом товаров

Договор, когда достигается соглашение между сторонами по всем существенным условиям. Права и обязанности сторон возникают с момента его подписания, называется:

+консенсуальный
реальный
возмездный
безвозмездный
договор поставки

Выберите несколько правильных вариантов

При отнесении коммерческих предприятий к категории малых учитывается:

размер производственных (торговых) площадей;
+выручка от реализации товаров (услуг);
+численность занятых работников;
стоимость основных производственных средств;
производственная мощность предприятия

Соотнесите элементы двух списков

1.Агент	2. Юридическое или физическое лицо, заменяющее сбытовой аппарат промышленной компании, работающий за комиссионное вознаграждение
2. Агент промышленный	1. Юридическое или физическое лицо, выступающее в роли посредника за счет и в интересах другого лица без права подписи сделки
3. Агент торговый	4. Юридическое или физическое лицо, имеющее большие права в определении условий купли продажи, наиболее приближены к потребителю, могут реализовать товары нескольких промышленных предприятий
4. Агент сбытовой	3. Осуществляет коммерческую деятельность за счет и в интересах другого лица, действует на основе письменной договоренности за вознаграждение
	5. Группа агентов, наделенная правом совершать любые юридические действия от имени принципала

Соотнесите элементы двух списков

1. Демпинг	3. Независимый оптовый посредник, осуществляющий на договорной основе деятельность по закупке продукции с целью его продажи конечному потребителю
2. Дилер	4. Пособие, выдаваемое в безвозмездном порядке из государственного бюджета для покрытия издержек производства
3. Дистрибутор	2. Юридическое или физическое лицо, осуществляющее посреднические и торговые операции от своего имени и за свой счёт
4. Дотация	1. Продажа товара на внешнем рынке по «бросовым» ценам, на внутреннем – по себестоимости
	5. Член биржи, выступающий в качестве посредника между производителем и потребителем за вознаграждение в виде комиссионных

Соотнесите элементы двух списков

1. Денежная сумма, выдаваемая одной из сторон по договору в счет причитающихся с нее платежей другой стороне, является доказательством заключения договора	3. Штраф
2. Определенная договором денежная сумма, которую должник обязуется уплатить кредитору в процентном отношении к сумме просроченного платежа за каждый день или иной период просрочки.	4. Кредитор
3. Определенная договором денежная сумма, которую должник обязуется уплатить кредитору в заранее определенном размере или в процентном отношении к сумме долга или всего предмета исполнения	5. Должник
4. Сторона по договору, которая имеет право требования исполнения обязательства другой стороной по договору (должником)	2. Пеня
5. Сторона по договору, которая обязана выполнить обязательства по требованию другой стороны по договору	1. Задаток
	6. Залог

2 ОЦЕНИВАНИЕ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ, РЕГЛАМЕНТИРУЕМЫХ УЧЕБНЫМ ПЛАНОМ

Письменные работы по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

3 ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации по дисциплине *зачет*.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

УК-10 – способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Выберите один правильный вариант ответа:

1. Для предприятий, выпускающих большое количество разнообразной продукции, требующей специфических условий производства и сбыта, наиболее целесообразна следующая структура отдела маркетинга:
 функциональная
 +товарная
 рыночная
 региональная

2. Коммерческая организация отличается от некоммерческой тем, что осуществляет свою предпринимательскую деятельность постольку, поскольку это служит

достижению целей, ради которых они созданы
прибыль распределяется между ее участниками
+имеет основной целью своей деятельности получение прибыли
это наиболее простой и дешевый способ организации бизнеса

3. Структуры на коммерческих предприятиях, занимающиеся изучением спроса покупателей:

продавцы, так как они непосредственно заняты продажей;
+различные маркетинговые подразделения;
различные финансовые подразделения;
производственные подразделения

Практико-ориентированные задания

Задание 1. Фирма выпустит в плановом году 30 тыс. ед. готовой продукции; оптовая цена за единицу (без НДС и акцизов) – 15 тыс. руб.; производственная себестоимость по отчету за истекший год – 10 тыс. руб.; снижение производственной себестоимости готовой продукции в плановом году должно составить 5%; расходы по реализации продукции – 0,5% реализуемой продукции по производственной себестоимости; остаток готовой продукции на складе и товаров, отгруженных на начало планового года – 1500 ед., на конец планового года – 500 ед.

Правильный ответ:

1. Остаток готовой продукции и товаров, отгруженных на начало планового года, по производственной себестоимости, учитывая, что эта продукция произведена в отчетном году составит: $10000 \text{ руб.} \cdot 1500 \text{ ед.} = 15 \text{ млн. руб.}$

2. Производственная себестоимость единицы продукции в плановом году $10000 \text{ руб.} \cdot 0,95 = 9,5 \text{ тыс. руб.}$

Тогда объем товарной продукции в плановом году по производственной себестоимости составит $9500 \text{ руб.} \cdot 30000 \text{ ед.} = 285 \text{ млн. руб.}$

3. Остаток готовой продукции и товаров, отгруженных на конец планового года (считая, что они произведены в плановом году), по производственной себестоимости составит: $9500 \text{ руб.} \cdot 500 \text{ ед.} = 4750 \text{ тыс. руб.}$

4. Объем реализации продукции по производственной себестоимости в плановом году с учетом переходящих остатков составит:

$$15 \text{ млн. руб.} + 285 \text{ млн. руб.} - 4,750 \text{ млн. руб.} = 295250000 \text{ руб.}$$

5. Величина расходов по реализации продукции:

$$295250000 \text{ руб.} \cdot 0,5\% = 1476250 \text{ руб.}$$

6. Следовательно, объем реализации продукции по полной себестоимости:

$$295250000 + 1476250 = 296726250 \text{ руб.}$$

7. Объем реализации в натуральном выражении:

$$1500 + 30000 - 500 = 31 \text{ тыс. ед.}$$

8. Объем реализации в оптовых ценах:

$$15000 \text{ руб.} \cdot 31000 \text{ ед.} = 465 \text{ млн. руб.}$$

9. При этих условиях прибыль от реализации продукции в плановом году составит:

$$465000000 \text{ руб.} - 296726250 = 168273750 \text{ руб.}$$

Задание 2. Объем реализации составляет 1500 тыс. шт. изделий. Цена реализации единицы изделий – 3 руб., переменные затраты на единицу изделий – 2,1 руб., постоянные затраты предприятия 900 тыс. руб. Определить: порог рентабельности, максимальные суммы постоянных и переменных затрат, эффект операционного рычага.

Правильный ответ:

1. Количество реализованных изделий, необходимое для достижения порога рентабельности: $[900\ 000 / (3 - 2,1)] = 1000 \text{ тыс. шт.}$

2. Порог рентабельности в стоимостном выражении или критический объем реализации: $1000 \cdot 3 = 3000 \text{ тыс. руб.}$

3. Маржа безопасности – разница между фактическим и критическим объемами

реализации: $1500000 \cdot 3 - 3000000 = 1500000$ руб.

4. Отчетный период (год) состоит из 12 месяцев, поэтому порог рентабельности будет достигнут в восьмом месяце (август): $[12 - 3000000 / (1500000 \cdot 3)]$.

5. Максимальная сумма переменных затрат предприятия на одно изделие, при котором постоянные затраты будут полностью возмещаться:

$$(3 \cdot 1500000 - 900000) / 1500000 = 2,4 \text{ руб.}$$

6. Максимальная сумма постоянных затрат предприятия:

$$(3 - 2,1) \cdot 1500000 = 1350000 \text{ руб.}$$

7. Эффект операционного рычага рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к прибыли $1350000 / [(3 - 2,1) \cdot 1500000 - 900000] = 1350000 / 450000 = 3$.

Это означает, что любое изменение выручки приведет к изменению прибыли в пропорции 1 к 3.

Дайте развернутый ответ на вопрос:

1. Виды коммерческих процессов в торговле

Правильный ответ:

Основные коммерческие процессы в торговле можно подразделить на следующие виды:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса, изучение и выявление потребностей населения в товарах и услугах;
- выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая заключение договоров (контрактов) на поставку товаров, разработку и представление заявок и заказов на товары, организацию учета и контроля за выполнением договорных обязательств, различные формы коммерческих расчетов и др.;
- организация и технология проведения оптовых закупок товаров у различных поставщиков (на оптовых ярмарках, оптовых продовольственных рынках, товарных биржах, аукционах, у изготовителей продукции, торговых посредников и т. д.);
- организация и технология оптовой и розничной продажи товаров, включая формы и методы продажи товаров, условия их применения, качество обслуживания и т. д.;
- рекламно-информационная деятельность по сбыту товаров;
- формирование торгового ассортимента на складах и в магазинах, управление товарными запасами. Коммерческие процессы являются объектом коммерческой деятельности в торговле.

2. Меры защиты коммерческой тайны

Правильный ответ:

Зашитить коммерческую тайну можно с помощью организационных и технических мер.

1. Организационные меры.

Создание службы безопасности на предприятии и ограничение допуска сотрудников к документам, содержащим секретную информацию.

2. Технические меры защиты коммерческой тайны.

Технические меры охватывают комплекс специальных технических средств по сокрытию информации.

Технические системы охраны включают в себя электромеханические, акустические, радиотехнические, магнитометрические средства.

3. Товарный знак в коммерческой работе

Правильный ответ:

Товарный знак или товарная марка — это отдельный знак, символ, имя или их сочетание, которые указывают на принадлежность данного товара определенной фирме.

Существуют четыре типа обозначения товарного знака.

1. Фирменное имя или словесный товарный знак — слово, буква или группа слов, букв, которые могут быть произнесены, должны характеризоваться хорошей запоминаемостью (компания «Вкусно и точка»)

Изобразительный товарный знак представляет собой оригинальный рисунок, эмблему фирмы (АвтоВАЗ на легковых машинах устанавливает стилизованное изображение старинной ладьи, и т. п.).

3. Объемный товарный знак дается в трехмерном измерении (стилизованная бутылка кока-колы).

4. Комбинированный товарный знак представляет собой сочетание приведенных выше типов.

В более широком понятии товарный знак является частью фирменного блока, включающего фирменный цвет, оригинальный шрифт, надпись, фирменную шрифтовую надпись (логотип).

4. Товарный франчайзинг

Правильный ответ:

Товарный знак может быть уступлен его владельцем по договору юридическому или физическому лицу в отношении всех или части товаров, для которых он зарегистрирован. Уступка товарного знака не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Право на использование товарного знака может быть предоставлено владельцем товарного знака (лицензиаром) другому лицу (лицензиату) по лицензионному договору, который регистрируется в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Договор об уступке товарного знака и лицензионный договор регистрируются в федеральном органе исполнительной власти. Без этой регистрации они считаются недействительными.

5. Договор контрактации

Договор контрактации является одной из форм хозяйственных связей между предприятиями и производителями сельскохозяйственной продукции и заготовителями этой продукции (физическими и юридическими лицами) для ее переработки, сбыта и реализации населению. Договор контрактации оказывает прямое влияние на формирование ассортимента продукции сельскохозяйственных производителей (акционерных обществ, фермеров, крестьянских хозяйств и т. д.).

По договору контрактации производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную (произведенную) им сельскохозяйственную продукцию заготовителю — лицу, осуществляющему закупки такой продукции для переработки или продажи.

Договор обеспечивает на основе взаимного сотрудничества и взаимопомощи производственно-хозяйственную связь между производителями продукции и ее заготовителями. Эта связь выражается в оказании взаимовыгодных производственных и организационно-финансовых услуг сторонами по договору контрактации.

ПКос-1 способен осуществлять проверку качества представленных товаров, работ, услуг

Выберите один правильный вариант ответа:

1. Увеличение числа посредников между промышленным предприятием и предприятием розничной торговли способствует:
более быстрому движению товара;
+более медленному движению товара;
не оказывает влияния на скорость движения товара;
приближению товара к конечному потребителю;

изменению структуры товарооборота

2. Максимальный объем продаж, которого могут достичь все компании рынка в течение определенного периода времени, это:

объем рыночных продаж

+ёмкость рынка

структуря товарной продукции

ассортимент продукции

3. Коммерческая деятельность – это:

экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг;

+часть предпринимательской деятельности на товарном рынке, не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги;

самостоятельная деятельность, основанная на свой страх и риск;

торгово-посредническая деятельность

Практико-ориентированные задания

Задание 1. На основании представленных исходных данных определить рейтинг поставщика.

Таблица 1 – Расчет рейтинга поставщика

Критерий выбора поставщика	Значимость критерия	Оценка критерия по десятибалльной шкале		Произведение веса критерия на оценку (решение)	
		Поставщик № 1	Поставщик № 2	Поставщик № 1	Поставщик № 2
Надежность поставки	0,35	7	6	0,35*7=2,45	0,35*6=2,1
Качество товара	0,25	5	6	0,25*5=1,25	0,25*6=1,5
Сроки выполнения заказов	0,15	5	7	0,15*5=0,75	0,15*7=1,05
Условия платежа	0,15	4	6	0,15*4=0,6	0,15*6=0,9
Упаковка	0,10	8	6	0,1*8=0,8	0,1*6=0,6
Итого	1,0	x	x	2,45+1,25+0,75+ +0,6+0,8=5,85	2,1+1,5+1,05+ +0,9+0,6=6,15

Правильный ответ: более высокий рейтинг свидетельствует о большом уровне негативных качеств поставщика. Таким образом предпочтение следует отдать поставщику №1, который имеет наименьший рейтинг 5,85.

Задание 2. В первом квартале реализовано 5000 шт. изделий по цене 80 руб. за одно изделие, что покрыло расходы организации, но не дало прибыли. Удельные условно-переменные расходы – 60 руб. Во втором квартале произведено 6000 шт. изделий, в третьем квартале планируют увеличить валовую прибыль на 20% по сравнению со вторым кварталом. Определить дополнительный объём реализации продукции, для того чтобы увеличить валовую прибыль на 20 %.

Решение:

1. Определим общие условно-постоянные расходы:

$$S_{\text{пост.}} = Q_{1\text{кв.}} \cdot (\Pi - S_{\text{пер.1}}) = 5000 \cdot (80 - 60) = 100000 \text{ руб.}$$

2. Определим валовую прибыль от реализации продукции во II квартале:

$$\pi_{2\text{кв.}} = (\Pi \cdot Q_{2\text{кв.}} - S_{\text{пер.1}} \cdot Q_{2\text{кв.}}) - S_{\text{пост.}} = (80 \cdot 6000 - 60 \cdot 6000) - 100000 = \\ = 20000 \text{ руб.}$$

3. Определим дополнительный прирост объёма продукции в III квартале:

$$\Delta Q = \frac{\Delta \Pi}{\Pi - S_{\text{пер.1}}} = \frac{20000 \cdot 0,2}{80 - 60} = 200 \text{ шт.}$$

Правильный ответ: для того, чтобы увеличить валовую прибыль на 20%

предприятию необходимо дополнительно реализовать 200 единиц продукции.

Дайте развернутый ответ на вопрос:

1. Факторы, обуславливающие необходимость товарных запасов

Правильный ответ:

- особенности территориального размещения и специализации производственных предприятий;
- уровень развития транспортных связей, расстояние между поставщиком и торговым предприятием;
- условия транспортировки товаров, время и скорость их доставки, включая время на погрузочно-разгрузочные операции;
- сезонность производства и потребления товаров;
- непредвиденные колебания спроса и ритмичности поставок товаров;
- преобразование производственного ассортимента товаров в торговый ассортимент и др.

Товарные запасы группируются по месту нахождения, товарному составу, видам и срокам хранения, и многим другим признакам.

2. Выбор поставщиков потребительских товаров

Правильный ответ:

До заключения договора купли-продажи торговая организация определяет потребности в товарах. Для этого составляется спецификация, в которую вписываются все наименования и характеристики (стандарты, ТУ) необходимых товаров. Далее составляется список поставщиков по каждому наименованию товара, указанному в спецификации. Необходимо иметь широкий перечень поставщиков, постоянно расширяемый.

Критериями выбора поставщиков служат:

- цена товара;
- качество продукции;
- периодичность поставки;
- размер партии товаров;
- форма расчетов;
- возможные льготы;
- комплектность поставки;
- упаковка;
- удаленность поставщика;
- условия перевозок грузов и др.

3. Риски в коммерческой деятельности

Правильный ответ:

Под риском в коммерческой деятельности понимается возможность возникновения непредсказуемых заранее ситуаций, которые могут привести к негативным последствиям для торгового предприятия, ухудшить его положение на рынке, а в некоторых случаях и привести к банкротству.

В зависимости от сферы их возникновения риски делят на внешние и внутренние.

К внешним рискам относятся: изменения экономической ситуации внутри страны и за ее пределами; изменения в законодательстве, регламентирующем коммерческую деятельность; обесценивание полученных доходов в результате роста инфляции, резких колебаний курса рубля; изменения в структуре спроса потребителей, вызванные влиянием моды, достижений научно-технического прогресса и т. п.; действия конкурентов; недобросовестность партнеров по бизнесу и др.

Факторами внутреннего риска являются: неэффективное управление организацией в целом или ее основными структурными подразделениями; использование в коммерческой деятельности недостоверной информации; ошибки в организации преддоговорной работы; несвоевременное выполнение договорных обязательств перед партнерами; неправильно

организованная работа по формированию ассортимента; несоблюдение персоналом требований к защите информации, составляющей коммерческую тайну, приводящее к возникновению убытков; утрата, порча или хищение материальных ценностей по вине работников предприятия торговли.

4. Особенности рынка услуг

Правильный ответ:

1) Наиболее распространенной формой организации производства услуг являются малые предприятия, основанные на частной и коллективной собственности. Рентабельность производства услуг обеспечивается не столько экономией в масштабе производства, сколько за счет экономии на разнообразии и качестве услуг.

2) Рынок услуг по сравнению с рынком товаров отличается большей конъюнктурностью и непредсказуемостью. Здесь остро стоит вопрос о выживаемости хозяйствующего субъекта.

3) Рынок услуг отличается от рынка товаров значительной сегментацией, то есть большей ориентацией на определенную группу покупателей.

4) Для рынка услуг по сравнению с рынком товаров характерна большая степень локализации и привязанности его к местности. С технологическим прогрессом преодолевается локальность, рынок становится более открытым, более интернациональным.

5) Рынок услуг в отличие от рынка товаров характеризуется большим динамизмом и гибкостью. Это объясняется тем, что скорость оборота капитала в сфере услуг выше, чем в производственных отраслях, и для организации бизнеса услуг требуется значительно меньше первоначального капитала, чем в индустриальном и аграрном секторе.

5. Роль упаковки в коммерческой деятельности

Правильный ответ:

Упаковка, это средство или комплекс средств, которые обеспечивают защиту товаров от повреждений и потерь, а окружающей среды от загрязнений.

Упаковка играет важную роль в торжово-технологическом процессе, так как ее применение позволяет:

- защитить окружающую среду от вредного воздействия некоторых товаров;
- защитить товары от влияния других товаров и внешней среды;
- обеспечить сохранность количества и качества товаров;
- упростить выполнение погрузочно-разгрузочных операций;
- эффективно использовать транспортные средства при перевозках грузов;
- упростить количественный учет товаров;
- эффективно использовать емкость складских помещений при хранении товаров;
- донести необходимую информацию о товаре до потребителя.

Таким образом, применение упаковки во многом способствует рациональной организации процесса товарного обращения, то есть транспортирования, хранения и продажи товаров.

4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПОВТОРНОЙ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Дополнительные контрольные испытания проводятся для студентов, набравших менее 50 баллов (в соответствии с Положением «О модульно-рейтинговой системе»).

Фонд формируется из числа оценочных средств по темам, которые не освоены студентом. Дополнительные контрольные испытания проводятся по тем же оценочным средствам, которые представлены выше.

Таблица 4 – Критерии оценки сформированности компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции (части компетенции)	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)		
	на базовом уровне		на повышенном уровне
	соответствует оценке «удовлетворительно» 50-64% от максимального балла	соответствует оценке «хорошо» 65-85% от максимального балла	соответствует оценке «отлично» 86-100% от максимального балла
ИД-1 _{пкос-1} Разрабатывает планы, программы и процедуры управления персоналом структурного подразделения ИД-2 _{пкос-1} Создает и описывает организационную структуру, цели, задачи, функции структурного подразделения ИД-3 _{пкос-1} Определяет задачи и организует работу персонала структурного подразделения	Не твердо владеет программным материалом. Не совсем правильно разрабатывает планы, программы и процедуры управления персоналом структурного подразделения, не точно создает и описывает организационную структуру, определяет цели, задачи, функции структурного подразделения, затрудняется определить задачи и организовать работу персонала структурного подразделения.	Твердо усвоил программный материал. По существу разрабатывает планы, программы и процедуры управления персоналом структурного подразделения, правильно создает и описывает организационную структуру, определяет цели, задачи, функции структурного подразделения, умеет определять задачи и организовать работу персонала структурного подразделения	Твердо усвоил программный материал. Способен разрабатывать планы, программы и процедуры управления персоналом структурного подразделения, правильно создает и описывает организационную структуру, определяет цели, задачи, функции структурного подразделения, умеет определять задачи и организовать работу персонала структурного подразделения