ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Формы контроля	**Баллы**
I. Текущий контроль	50
Устный опрос	10
Каждый студент должен в ходе практических занятий устно ответить не менее двух раз за семестр. При ответе более 2х раз высчитывается средний балл по ответам на вопросы. ***0 баллов: студент не может ответить на поставленный вопрос или дает неверный ответ*** ***1-4 баллов: ответ студента не полный*** ***5-8 баллов: ответы на вопросы правильные, но ограничены рамками лекционного материала*** ***9-10 баллов: ответ на вопрос полный, четкий и лаконичный, в ответе используется лекционный материал, материал из дополнительной литературы и приводятся практические примеры***	
Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	
1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. 2. Промышленное предприятие как субъект коммерческой деятельности. 3. Сущность коммерческой деятельности на предприятии. 4. Основные принципы коммерческой деятельности при взаимодейтствии с контрагентами. 5. Общая оценка коммерческой деятельности промышленных предприятий России на современном этапе. 6. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. 7. Организационные формы промышленного предприятия и его объединений. Малые предприятия. Концерн. Конгломерат. Консорциум. Финансово-промышленные группы (ФПГ). Холдинги.	
Тема 5. Оптовые закупки и продажа товаров 1. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров 2. Классификация поставщиков 3. Выбор поставщиков 4. Формирование заказов потребителей 5. Технология торговой деятельности	
Тема 6. Виды торговых операций	
1. Виды торговых операции 2. Традиционная торговля 3. Биржевые торги 4. Ярмарки, выставки 5. Аукцион	
Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами	

1. Понятие розничной торговли 2. Особенности розничной торговли 3. Виды розничной торговли 4. Задачи розничной торговли 5. Функции розничной торговли 6. Тенденции развития розничной торговли 7. Форматы розничной торговли	
Тема 8. Изучение потребителей	
1. Отдел снабжения: сущность 2. Функции отдела снабжения 3. Особенности организации отдела снабжения 4. План материально-технического снабжения 5. Планирование и организации сбыта 6. Классификация видов сбыта	
Тема 9. Организация и технология розничной продажи товаров	
1. Особенности продажи товаров 2. Методы продажи товаров 3. Технология продажи 4. Дополнительные услуги при продаже товаров 5. Сервисная составляющая при продаже товаров	
Тест по теме 4	5
За выполнение тестового задания студент может получить 5 баллов. Предполагается несколько вариантов тестовых заданий на тему.	
1. Какие виды предпринимательской деятельности относятся к отрасли "Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка"? 1. посреднические услуги по купле-продаже товаров; 2. производство товаров народного потребления; 3. производство продуктов питания; 4. верны все варианты ответов. 2. Жизненный цикл товара – это: 1. характеристика товара, выражающая его выгодные отличия от товара – конкурента; 2. результат взаимодействия условий, определяющих соотношение спроса и предложения на рынке; 3. постоянный процесс наблюдения за ситуацией на рынке; 4. время с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации на данном рынке. 3. Кто из ниже перечисленных субъектов не относиться к классу посредников:	

1. агент;
2. брокер;
3. дилер;
4. аудитор.

4. Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с российской территории, считается:
1. импортным;
2. транзитным;
3. экспортным;
4. контрабандным.

5. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:
1. организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
2. экономические отношения поставщиков и покупателей;
3. административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
4. совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

6. Понятие «оптовый товарооборот» означает продажу товаров:
1. крупными партиями;
2. торговым предприятиям;
3. торговым предприятиям или оптовым посредникам для последующей перепродажи или переработки;
4. нет правильного ответа.

7. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:
1. от поставщика–изготовителя;
2. непосредственно в магазины;
3. поставщиком без завоза товаров на свои склады;
4. нет правильного ответа.

8. Между инвестициями и банковским кредитованием:
1. нет различия;
2. инвестирование шире по назначению
3. банковское кредитование шире по назначению;
4. нет правильного ответа.

9. Показатель рентабельности от реализации товаров - это отношение:

<table>
<tr><td>1. прибыли от реализации к издержкам обращения, выраженное в процентах;
2. прибыли от реализации к товарообороту, выраженное в процентах;
3. прибыли от реализации к основным фондам, выраженное в процентах;
4. прибыли от реализации к активам по балансу, выраженное в процентах.

10. В магазине при четко запланированной покупке покупатель проходит следующие этапы принятия решения...
1. оценка товара, покупка товара;
2. осознание потребности, поиск информации;
3. выбор товара;
4. верны все варианты.</td><td></td></tr>
<tr><td>Письменная работа</td><td>20</td></tr>
<tr><td>За выполнение письменной работы студент может получить 5 балла
0 баллов – студент не выполнил письменные работы
1 – 3 балла – студент выполнил письменные работы с ошибками
4-5 баллов – студент выполнил письменные работы без ошибок и неточностей</td><td></td></tr>
<tr><td>Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке</td><td>5</td></tr>
<tr><td>Исследование влияния нерыночных факторов на взаимоотношения покупателя и потребителя.
Цель задания: 1. Закрепление знаний, основных составляющих микро и макросреды предприятия 2. Формировать умения использования вторичных данных для маркетингового анализа 3. Формировать умение выявлять нерыночные факторы макросреды предприятия
Для выполнения задания выберите конкретный рынок товаров (услуг). Постарайтесь, используя различные источники информации, выяснить влияние различных факторов на развитие рынка.
На основании полученных данных составьте отчет в виде таблицы
<table>
<tr><td>Факторы, влияющие на развитие рынка</td><td>Характеристика и оценка фактора на текущий момент</td><td>Прогноз положения дел и ваши рекомендации по его улучшению</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td></td></tr>
<tr><td>Тема 3.1 Договорная работа с поставщиками и посредниками</td><td>5</td></tr>
<tr><td>Используя следующие данные, выполните задания.
1. ООО «Талант» необходимо приобрести партию бумаги ксероксной «Снегурочка» в количестве 1000 пачек по цене 190 руб. (в т.ч. НДС 18%) за одну пачку в срок до 01 мая текущего года. В качестве поставщика было выбрано АО «Комус». Директор АО «Комус» А.С.Бугров, ООО «Талант» Д.Н. Кочкин Оба предприятия действуют на основании Устава.
Задания:</td><td></td></tr>
</table>

Опишите свои взаимодействия между контрагентами Оформите оферту 2. Компанией ООО «Русские лакомства» была произведена отгрузка продукции в адрес ООО «Омега Трейдинг». Общая сумма отгрузки по товарным накладным №№ 3398 и 3434 составила 134 879,80 руб. Отгрузка производилась со склада продавца. Просрочка платежа составляет 22 календарных дня. Согласно договору поставки, в случае просрочки платежа покупатель оплачивает пени в размере 0,1% за каждый день просрочки. Задания: Опишите свои действия в отношении компании. Составьте текст письма-напоминания. 3. Составьте гарантийное письмо № 589 от (текущая дата) по следующим данным: ООО «Миг» гарантирует ЗАО «Восторг» отгрузку аккумуляторных батарей на сумму 324000 (Триста двадцать четыре тысячи) рублей 00 копеек в течение 2-х недель с момента поступления денежных средств на расчетный счет. Адрес ООО «Миг»: г. Москва ул. Садовая 36, тел. 237-87-87. Директор ООО «Миг» М.К.Максимов. Задания: Опишите свои действия в отношении компании Составьте гарантийное письмо	
Тема 3.2 Договорная работа с поставщиками и посредниками	5
1. Оформите договор купли-продажи по следующим данным: АО «Комус» реализует ООО «Талант» партию бумаги ксероксной «Снегурочка» в количестве 1000 пачек. Цена одной пачки составляет 190 руб. в т.ч. НДС 18%. Расчет осуществляется следующим образом: 40% в виде авансового платежа, а остальное не позднее семи дней после поставки продукции. Форма оплаты – платежное поручение. Директор АО «Комус» А.С.Бугров, ООО «Талант» Д.Н. Кочкин Оба предприятия действуют на основании Устава. В разделе 4 «Ответственность сторон» укажите пункт следующего характера: «В случае нарушения покупателем срока платежа будет начисляться пени в размере 2% за каждый день просрочки». Юридический адрес: АО «Комус»: г. Казань, ул. Сиреневая 17/1, ИНН 1598415, р/с № 12345678900000000126 в «АкБарсБанк» г.Казань. Юридический адрес: ООО «Талант»: г. Казань ул. Советская 25, ИНН 169847511, р/с 21365478900000000158 в «Алтын - Банке» г. Казань. 2. Согласно договору поставки, Тамбовское швейное объединение «Тамбовчанка» должно было поставить в адрес ОАО «Росторгодежда» товары на сумму 100 тыс. руб., в том числе: на склад оптового предприятия на 50 тыс. руб.,	

Центральному универмагу - на 20 тыс. руб., торговому дому «Эскада» - на 15 тыс. руб., торговому дому «Фортуна» - на 15 тыс. руб. Фактически поставлено: на склад ОАО «Росторгодежда» - на 30 тыс. руб., ЦУМу - на 10 тыс. руб., ТД «Эскада» и ТД «Фортуна» - не отгрузили. Задания 1) Какие действия примет руководство ОАО «Росторгодежда» в адрес швейного объединения «Тамбовчанка»? 2) Составьте текст претензии в адрес швейного объединения «Тамбовчанка». 3) Определите вид коммерческого письма 4) Ссылаясь на переговоры с Вашим представителем в апреле с. г., просим выслать нам коммерческие предложения на люстры из прессованного хрусталя и другие бытовые светильники (бра, торшеры, подвески, настенные лампы) с указанием максимального количества поставки по всем предлагаемым типам. 5) Перечислите основные виды коммерческих писем. 6) Составьте памятку ?Как правильно написать коммерческое письмо?.	
3.3. Договорная работа с поставщиками и посредниками	5
Решите ситуационные задачи. ***Ситуация №1.*** Предприятие А (покупатель) направило предприятию Б (продавцу) письменное предложение продать товар, изложив существенные условия сделки. Предприятие Б, не дав ответ на полученное предложение, выставило счёт предприятию А на условиях, изложенных в письмах, однако предприятие А, получив счёт, отказалось его оплатить и от своего предложения тоже. Можно ли считать свершившимся факт заключения договора купли-продажи и какой стороной допущено нарушение? ***Ситуация №2.*** Предприятие Б (продавец) направило предприятию А (покупателю) письмо с предложением поставить свой товар с изложением существенных условий сделки, включая полную предоплату за товар. Не дождавшись ответа на письмо от предприятия А в разумный срок, предприятие Б выставило покупателю счёт, на основании которого предприятие А произвело частичную предоплату в виде аванса. Получив деньги, предприятие Б отказалось отгрузить товар покупателю, который направил претензию с требованием передать товар на сумму оплаченного аванса. Какие нарушения допущены сторонами в данной ситуации? При подготовке ответа на поставленный вопрос необходимо воспользоваться указаниями к ситуации №1, а также статьёй 438 «Предварительная оплата товара» ГК РФ. ***Ситуация №3.*** Предприятия А (покупатель) и Б (продавец) договорились в устной форме о совершении товарообменной сделки. Стороны обменялись счетами, в которых указали условия обмена на встречный товар определённого наименования эквивалентной стоимости. После обмена счетами у сторон сделки возник конфликт о сроках поставки товаров: одна сторона потребовала одновременного обмена, а другая — с рассрочкой на два дня. Как разрешить этот конфликт с точки зрения закона? ***Ситуация №4.*** Два предприятия: А (покупатель) и Б (продавец) заключили договор купли-продажи. В договоре соблюдены	

существенные условия, кроме условий доставки товара от продавца к покупателю. В связи с этим возник конфликт. Как его разрешить?	
Тема 4.Планирование и организация снабжения и сбыта	5
1. Фирма планирует продажу плакатов для туристов по 3,5 $ США за штуку. Она может приобретать плакаты у оптовика по 2,1$ США и возвращать непроданные товары за полную стоимость. Аренда плаката обойдется в 70$ США в неделю. Ответьте на следующие вопросы: 1. Каков порог рентабельности? 2. Каким станет порог рентабельности, если арендная плата повысится до 105$ США? 3. Каким будет порог рентабельности, если удастся увеличить цену реализации до 3,85$ США? 4. Сколько плакатов должно быть продано для получения прибыли в сумме 490$ США в неделю? 5. Какой запас финансовой прочности имеет данный бизнес при сумме прибыли 490$ США? 2. Немецкая фирма планирует экспортировать кухонный микропроцессор в США на условиях ФОБ Гамбург. В результате изучения американского товарного рынка были получены следующие данные: - розничная цена продажи аналогичного товара потребителю на внутреннем рынке США —400 долл., включая налог с продаж, который составил 8,25% от розничной цены - наценка импортера — 100% от объема продажи фирмы - наценка оптовика — 30% от объема продаж импортера - наценка розничного торговца — 100% от объема продажи оптовика - таможенный сбор — 9% от ФОБ - стоимость получения груза с таможни и складирование по прибытии — 3% от СИФ - стоимость накладных расходов (фрахт, транзит, страхование) — 15% от ФОБ. Рассчитать цену предложения ФОБ Гамбург. Разработать возможные ценовые варианты предложения для фирмы.	
Деловая игра	10
В процессе деятельности коммерческим работникам приходится сталкиваться с огромным информационным потоком. Значимость той или иной информации часто зависит от опыта предпринимателя. Начинающий коммерсант, желающий закупить оптовую партию товаров, чаще всего пользуется информацией рекламного характера. Наиболее распространены объявления о товарном предложении, содержащиеся в средствах массовой информации: газетах, журналах, по радио, телевидению и т.п. ***Студенту предлагается собрать, обобщить и проанализировать информацию не менее чем о трех предложениях конкретного товара простого ассортимента, чтобы товар был однородным (сахар, мука, масло подсолнечное или сливочное, мыло хозяйственное, яйцо, цемент, мясо говяжье, рис и т.п.). Конкретные условия продажи товаров, выдвигаемые рекламодателем, выясняются студентом по телефону. Студент выступает в роли мелкооптового покупателя.*** ***Задание оформляется заполненной таблицей с обоснованием ваших предпочтений избранному поставщику.*** ***По товару дать конъюнктурный обзор состояния торговли им по месту жительства студента. В конъюнктурном***	

обзоре следует отразить: ***1.Соотношение спроса и предложения на товар.*** ***2.Основные источники предложения товара (местные или иногородние, отечественные или импортные).*** ***3.Конкуренция в предложении и в удовлетворении спроса местного населения.*** ***4.Изменения, происходящие в спросе и предложении, и причинная связь их.*** ***5.Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности: договорные отношения, условия поставок, согласование сроков и размеров поставок, условия оплаты, имущественная ответственность за неисполнение условий поставок, уступки и льготные условия поставщиков, информационное сопровождение поставок (прайс-листы), приоритетность стороны в договоре поставки и т.п.*** ***6.Состояние товарных запасов, оборачиваемость в днях, своевременность пополнения, бесперебойность в торговле, ритмичность в завозе.*** ***7.Качество и сертификация реализуемых товаров, соблюдение сроков реализации.*** ***8.Состояние розничной торговли данным товаром (постоянство в предложении, методы и условия продажи, услуги, ценовая конкуренция, рекламное сопровождение и т.п.).*** ***9. Меры, принимаемые торговыми предприятиями, по активизации продажи.*** ***10. Мнения покупателей о торговом обслуживании.*** ***11. Прогноз торговой конъюнктуры на ближайший период.***	
Контрольная работа	5
За выполнение контрольной работы студент может получить 5 баллов. Выполнение контрольной работы предполагается по вариантам. Для каждого варианта предусмотрено 2 открытых вопроса. ***0 баллов – студент не выполнил контрольные работы*** ***1 – 2 балла – ответ на вопрос по контрольной работе студента не полный*** ***3-4 балла: ответы на вопросы правильные, но ограничены рамками лекционного материала*** ***5 баллов: ответ на вопрос полный, четкий и лаконичный, в ответе используется лекционный материал, материал из дополнительной литературы и приводятся практические примеры***	
1. Промышленное предприятие как субъект коммерческой деятельности 2. Основные принципы коммерческой деятельности 3. Организационная структура коммерческой службы предприятия. 4. Планирование закупочной коммерческой деятельности. 5. Организация коммерческих связей и выбор потенциального поставщика. 6. Планирование сбыта продукции. 7. Лизинг - эффективная форма сбыта готовой продукции. 8. Анализ сбытовой деятельности предприятия 9. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения средств производства. 10. Сущность коммерческих связей и принципы их формирования. 11. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран. 12. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.	

13. Торговые предприятия в новых условиях хозяйствования. 14. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий. 15. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия. 16. Коммерческая тайна и способы ее защиты. 17. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия. 18. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий. 19. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий. 20. Управление и мотивация труда персонала. 21. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования . 22. Товарообеспечение и коммерческие связи. 23. Управление товарными запасами.	
II. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	50
Максимально за ответ можно набрать 50 баллов. ***Критерии оценки:*** ***50 - полный ответ с практическими примерами и развернутые ответы на дополнительные вопросы*** ***40 - полный ответ с практическими примерами и не полные или отсутствие ответов на дополнительные вопросы*** ***30 - ответ без практических примеров и отсутствие или неполный ответ на дополнительные вопросы*** ***20 - неполный ответ*** ***0-10 - отсутствие ответа или ответ не раскрывающий сути вопроса*** ***Продолжительность ответа должна составлять 5-7 мин. Продолжительность ответа на дополнительные вопросы 10-15 мин.***	
1. Понятие и сущность коммерческой деятельности. 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. 3. Характеристика основных этапов коммерческой деятельности. Причина подразделения коммерческой деятельности на закупочную и сбытовую. 4. Факторы внешней среды, оказывающие влияние на результаты коммерческой деятельности. 5. Основные принципы коммерческой деятельности. 6. Дайте общую оценку состояния коммерческой деятельности на промышленных предприятиях России в настоящее время. Какие новые маркетинговые стратегии применяют промышленные предприятия России в своей коммерческой деятельности? 7. Характеристика организационно-правовых форм промышленных предприятий. 8. Основные организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка. Раскройте объективные предпосылки для качественного развития торговых предприятий в современный период. 9. Характеристика принципов построения организационных структур коммерческой службы предприятия. 10. Особенности построения организационной структуры отдела маркетинга, отдела сбыта и отдела закупок (материально-технического обеспечения).	

11. Сущность и преимущества бюджетного метода управления предприятием, в том числе, коммерческой деятельностью. 12. Сущность планирования материально-технического обеспечения предприятия. Методы определения потребности в материальных ресурсах. 13. Методы изучения рынка сырья и материалов. Факторы, влияющие на предложение материальных ресурсов на рынке. 14. Определение коммерческих связей между поставщиками и потребителями. Критерии выбора новых поставщиков. 15. Раскройте содержание приемки продукции по количеству и качеству получателем от транспортных организаций. 16. Сущность коммерческой деятельности по сбыту продукции на предприятии. Определение емкости товарного рынка. 17. Планирование ассортимента продукции. Критерии оценки нового изделия при планировании ассортимента продукции. 18. Методы прогнозирования объема сбыта продукции. 19. Основные критерии выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции. 20. Условия, способствующие формированию коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке потребительских товаров и услуг. 21. Роль оптовой и розничной торговли в сфере обращения товаров. 22. Классификация розничных и оптовых торговых предприятий. 23. Специализация и типизация розничных торговых предприятий. 24. Основные принципы размещения розничных торговых предприятий. 25. Методы управления коммерческой деятельностью в торговом предприятии. 26. Структура кадровой политики торгового предприятия в новых условиях. 27. В чем выражается профессионализм, компетенция и адаптация специалиста по коммерческой деятельности в современных условиях? 28. Методы формирования цены торговыми предприятиями в условиях рынка. 29. Особенности ценовой политики торговых предприятий на новые и традиционные товары. 30. Роль и задачи оптовой торговли в современных условиях. 31. Коммерческие связи, принципы их организации и реализации на российском рынке. 32. Содержание розничной торговли, ее наиболее популярные формы на российском рынке. 33. Цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия. 34. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров. 35. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменений спроса на товары. 36. Этапы стратегии развития целевых рынков товаров в сфере функционирования розничного торгового предприятия. 37. Основные задачи торговой рекламы, основные признаки, по которым классифицируют рекламные средства, применяемые в торговле. 38. Обязанности сторон по договору перевозки грузов. 39. Порядок рассмотрения претензий, предъявляемых грузополучателями и грузоотправителями к автотранспортной организации.	

40. Что представляет собой коммерческий акт? В каких случаях, в какие сроки и кем он составляется? 41. Основные формы лизинга. Лизинговая сделка, механизм расчета лизингового платежа. 42. Влияние системы паблик-рилейшнз на успешную реализацию концепции коммерческой деятельности. 43. Краткая характеристика прав потребителей, установленных Законом РФ «О защите прав потребителей» 44. Порядок проведения мероприятий по контролю, осуществляемых органами государственного контроля (надзора). 45. Правила продажи отдельных видов товаров. 46. Виды договоров, применяемых в торговле. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров. Ответственность сторон за нарушение условий договора. 47. Основные виды операций, обеспечивающих перемещение груза. 48. Понятие и основные характеристики груза. 49. Классификация и основные виды грузов. 50. Маркетинговая характеристика конкурентоспособности видов транспорта. 51. Основные достоинства и недостатки железнодорожного транспорта. 52. Роль информации при организации транспортных процессов.	

Преподаватель _____ Ахметшин Р.М._____
подпись

Зав. кафедрой _____ Каленская Н.В._____
подпись