

Документ подписан простой электронной подписью	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ		
Информация о владельце:	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования		
ФИО: Тюлеганова Раиса Александровна	«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
Должность: Директор	Костанайский филиал		
Дата подписания: 10.07.2023 11:28:38	Кафедра экономики		
Уникальный программный ключ:	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности»		
125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced4a4e0d767e9486e181e8e08b880476e45	по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 1 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

**Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»**

Р.А. Тюлеганова Р.А. Тюлеганова

25.05.2023 г.

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)

Организация коммерческой деятельности

Направление подготовки (специальность)
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
Управление бизнесом

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Год набора 2022

Костанай 2023



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики


Протокол заседания № 9 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

Г.В. Панина

Автор (составитель)
экономики, кандидат экономических наук, доцент

Панина Г.В., профессор кафедры

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 3 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	Управление бизнесом
Дисциплина:	Организация коммерческой деятельности
Семестр (семестры) изучения:	4
Форма (формы) промежуточной аттестации:	экзамен

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Организация коммерческой деятельности» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции по ФГОС	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
1	2	3	4	
ПК-3	Способен разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации	ПК-3.1 Разрабатывает и содействует реализации решений в управлении функциональными сферами деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> основные этапы и особенности разработки и реализации управленческих решений в каждой функциональной подсистеме организации.
				<i>Уметь:</i> анализировать взаимосвязи между функциональными сферами деятельности организации для подготовки согласованных управленческих решений.
				<i>Владеть:</i> базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> содержание этапов и основные факторы, влияющие на процесс разработки и реализации управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
				<i>Уметь:</i> находить и определять степень влияния факторов на подготовку и реализацию управленческих решений в функциональных подсистемах организации.
				<i>Владеть:</i> навыками принятия и содействия реализации обоснованных



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент


Версия документа - 1

стр. 4 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

				управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> особенности и технологию разработки стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации. <i>Уметь:</i> вносить предложения для решения стратегических и оперативных управленческих задач в различных сферах деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса. <i>Владеть:</i> методами принятия стратегических и оперативных решений в управлении функциональными сферами деятельности организации.
		ПК-3.2 Осуществляет деловые коммуникации для достижения целей современного бизнеса	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> основные теории коммуникации, концептуальные, теоретические подходы к исследованию содержания закономерностей развития процессов коммуникации. <i>Уметь:</i> строить деловое коммуникативное взаимодействие с коллегами и партнерами. <i>Владеть:</i> навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> формы и виды деловых коммуникаций и возможности их применения в бизнесе. <i>Уметь:</i> планировать и осуществлять деловые коммуникации в различных формах и для различных целей современного бизнеса. <i>Владеть:</i> навыками осуществления делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров, совещания, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> стратегии, принципы и методы организации и деловых коммуникаций в бизнесе. <i>Уметь:</i> анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их


 <p>МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики</p>			
<p>Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент</p>			
Версия документа - 1	стр. 5 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

				<p>эффективности для достижения целей современного бизнеса.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации.</p>
--	--	--	--	---

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего и рубежного контроля (по очной форме обучения)	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/ № задания
1.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Содержание и задачи коммерческой деятельности	Проекты слайд-презентаций Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 1-3 -практическое задание №1
2.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Коммерческая информация и ее защита	Анализ и воссоздание ситуаций Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 4-6 -практическое задание №2
3.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Организация хозяйственных связей в торговле	Анализ и воссоздание ситуаций Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 7-9 -практическое задание №3
4.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	Анализ конкретной ситуации, выявление проблемы и принятие решения Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 10-12 -практическое задание №4
5.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	Проекты слайд-презентаций Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 13-15 -практическое задание №5
6.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах	Защита проекта слайд-презентации Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 16-18

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 6 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

			работа	-практическое задание №6
7.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров	Анализ конкретной ситуации, выявление проблемы и принятие решения Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 19-21 -практическое задание №7
8.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Франчайзинг в коммерческой деятельности	Защита проекта слайд-презентации Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 22-24 -практическое задание №8
9.	ПК – 3.1 ПК – 3.2	Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании	Проекты слайд-презентаций Инфографика Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тестовые задания № 25-27 -практическое задание №9

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.


3.2 Содержание оценочных средств

Для подведения итогов изучения дисциплины используются результаты текущего и рубежного контролей (для очной формы обучения) и проводится экзамен в форме комплексной письменной работы (для очной и очно-заочной формы обучения).

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тестовые задания, практические задания).

Перечень примерных теоретических вопросов к экзамену:

1. Понятие и сущность коммерции и технологии торговли. Связь коммерческой деятельности и маркетинга коммерции.
2. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий.
3. Роль коммерческой информации в торговом предприятии.
4. Способы защиты коммерческой информации: технические и организационные.
5. Понятие и правовое регулирование договоров.
6. Характеристика договоров, применяемых в коммерческой деятельности
7. Содержание коммерческой работы по оптовой закупке товаров.
8. Поиск и изучение партнеров при оптовой закупке товаров.
9. Сущность, роль и содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
10. Организация и методы продажи товаров со склада.
11. Понятие ассортимента товаров и их классификация.
12. Порядок формирования ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли, в магазинах.
13. Определите роль и задачи торговой рекламы. Какие функции выполняет торговая реклама?
14. На каких принципах должна строиться торговая реклама, и каковы ее цели?

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 7 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

15. Сущность и правовое регулирование франчайзинга в России.
16. Виды и преимущества франчайзинга.
17. Выделите классификационные признаки услуг.
18. Какие конкретные маркетинговые действия можно предложить для расширения круга клиентов и улучшения качества их обслуживания?

3.2.1 Перечень примерных тестовых заданий к экзамену:

№ п/п	Формулировка задания	Варианты ответов
Содержание и задачи коммерческой деятельности		
1	Под «коммерцией» понимают:	А) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли; В) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров; С) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций при осуществлении купли-продажи товаров; Д) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров; Е) деятельность, направленную на организацию хозяйственных связей.
2	Как классифицируются коммерческие операции по их роли в процессе товародвижения?	А) операции, развивающие процесс товародвижения; операции, устанавливающие процесс товародвижения; операции, обобщающие процесс товародвижения; операции, завершающие процесс товародвижения; В) операции, формирующие процесс товародвижения; операции, регулирующие процесс товародвижения; операции по рекламированию деятельности в процессе товародвижения; С) операции, предшествующие процессу товародвижения; операции, регулирующие процесс товародвижения; операции, обобщающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос; Д) операции, обеспечивающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос; операции, завершающие процесс товародвижения; Е) операции, развивающие процесс товародвижения; операции, устанавливающие процесс товародвижения.
3	Принципами коммерческой деятельности с точки зрения маркетинга являются:	А) нацеленность на четко установленный коммерческий результат, сохранность товаров, доведение товаров до розничных торговых предприятий с минимальными потерями и максимальным эффектом; В) комплексный подход к достижению поставленной цели, оптимизация технологической цепи



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		товародвижения, воздействие на рынок, предоставление кредита; С) нацеленность на четко установленный коммерческий результат, комплексный подход к достижению поставленной цели, максимальное приспособление к условиям и требованиям рынка; D) максимальное приспособление к условиям и требованиям рынка, расширение географических границ рынка, сегментирование рынка и позиционирование товаров, перегруппировка товаров. E) диверсификация источников финансирования и направлений вложений средств.
Коммерческая информация и ее защита		
4	Незаконный сбор, присвоение и передача сведений составляющих коммерческую тайну, наносящий ее владельцу ущерб, - это...	A) политическая разведка; В) промышленный шпионаж; C) добросовестная конкуренция; D) конфиденциальная информация; E) коммерческая разведка.
5	Какая информация является охраняемой внутригосударственным законодательством или международными соглашениями как объект интеллектуальной собственности ?	A) любая информация; B) только открытая информация; С) запатентованная информация; D) закрываемая собственником информация; E) коммерческая тайна.
6	Какие секретные сведения входят в понятие «коммерческая тайна»?	A) связанные с производством; B) связанные с планированием производства и сбытом продукции; C) технические и технологические решения предприятия; D) ответы А,В. E) ответы А,В, С
Организация хозяйственных связей в торговле		
7	В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:	A) организационные взаимоотношения B) экономические взаимоотношения C) коммерческие взаимоотношения D) административно-правовые взаимоотношения E) совокупность хозяйственных отношений в процессе поставок товаров.
8	Спецификация к договору – поставки составляется:	A) во всех случаях B) для установления качества поставляемых товаров C) при поставках товаров сложного ассортимента D) при поставках товаров простого ассортимента E) в случаях, предусмотренных предметом договора
9	Изучить особенности использования договора хранения в оптовой торговле. Определить отличие договора аренды склада от договора хранения.	
Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров		
10	Оптовые структуры, обеспечивающие гарантию государственной стабильности потребительского рынка, снабжение спецконтингентов и т.д. относятся к структурам:	A) федерального уровня; B) межрегионального уровня; C) регионального уровня; D) международного уровня; E) специального уровня.
11	Сделка с отсроченным сроком поставки	A) форвардная сделка;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	реального товара – это:	В) фьючерсная сделка; С) опционная сделка; D) спот-сделка; E) реальная сделка.
12	Что означает «КЭШ энд КЭРРИ» и к какому типу торговых структур они относятся:	A) оптовые базы; B) мелкооптовые магазины-склады; C) розничные магазины; D) товарная биржа; E) ярмарка.
Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров		
13	Какой метод оптовой продажи со склада предпочтителен при поставках больших партий товаров в течение продолжительного времени:	A) на основе личной отборки; B) через разъездных торговых агентов; C) по телефонам и письменным заказам; D) по контрактам; E) через дистрибьюторов.
14	Понятие «оптовый товароборот» означает продажу товаров:	A) крупными партиями; B) торговым предприятиям; C) торговым предприятиям или оптовым; D) посредникам для последующей перепродажи; E) оптом и в розницу.
15	Магазин, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания, торговой площадью до 400 кв.м.- это	A) универсам; B) универмаг; C) торговый центр; D) супермаркет; E) гипермаркет.
Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах		
16	Равномерность поставки – это:	A) соблюдение хозяйственными партнерами обязательств по поступлению товарных потоков равной мощности через равные промежутки времени; B) это соблюдение временных и количественных параметров поставки, обусловленных контрактом; C) соблюдение хозяйственными партнерами обязательств по поступлению информационных потоков равной мощности через равные промежутки времени; D) ответы A и C; E) ответы B и C.
17	К какой группе факторов, влияющих на величину запасов, относятся надежность и частота поставки:	A) факторы, связанные с условиями поставки; B) факторы производства; C) факторы потребления; D) ответы B и C. E) ответы A и C.
18	Основными задачами складирования являются:	A) определение полезной площади склада, разработка стратегии и тактики оптимального использования полезной площади склада, оптимизация использования емкости склада; B) оптимизация загрузки подъемно-транспортного оборудования, снижение коэффициента оборачиваемости склада, увеличение времени хранения продукции; C) оптимизация разгрузки подъемно-транспортного оборудования, повышение коэффициента



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент


Версия документа - 1

стр. 10 из 17

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		оборачиваемости склада, снижение времени хранения продукции; D) верны ответы А и В; E) ответы В и С.
Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров		
19	Экономическими целями рекламы являются:	A) создание положительного имиджа компании; B) увеличение сбыта продукции; C) уклонение от уплаты налогов; D) создание негативного имиджа конкурентов. E) создание новых рабочих мест.
20	Неравномерное распространение рекламы на протяжении данного периода времени - это	A) пульсация; B) колебание; C) последовательность; D) тестирование; E) нестабильность.
21	Выберите правильный вариант из предложенных вариантов ответов: Паблицити – это...	A) форма ПР (PR); B) часть рекламы; C) часть маркетинга; D) часть SP; E) часть риск-менеджмента.
Франчайзинг в рыночной экономике		
22	Осуществляет свою деятельность под товарным знаком франчайзера, используя его репутацию на рынке товаров (услуг), и по своему фирменному стилю идентифицируется с франчайзером.	A) Франчайзи; B) Франчайзер; C) Правообладатель; D) Брокер; E) Маклер.
23	Появление франчайзинга относят к началу... годов, к так называемой системе связанных домов (Англия)	A) 1900 гг.; B) 1800 гг.; C) 1990 гг.; D) 1950 гг.; E) 2000 гг.
24	Предполагает собой передачу прав на использование системы франчайзера одному лицу и на одно предприятие?	A) субфранчайзинг; B) мастер-франчайзинг; C) прямой франчайзинг; D) сервисный франчайзинг; E) производственный франчайзинг.
Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании		
25	Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе относятся к следующему классу услуг:	A) осязаемые действия, направленные на тело человека; B) осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты; C) неосязаемые действия, направленные на сознание человека; D) неосязаемые действия с неосязаемыми активами; E) неосязаемые действия, направленные на тело человека.
26	К основным функциям коммерческой работы в сфере услуг не относятся:	A) изучение спроса на рынке услуг и его прогнозирование; B) знание конкурентов; C) широкое использование рекламы для информирования и пропаганды услуг;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 11 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		D) расширение сферы услуг, сервиса; E) изучение особенностей экспортно-импортных операций.
27	Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо.	A) работа; B) услуга; C) товары; D) товарооборот; E) перечень товаров.

3.2.2 Перечень примерных практических заданий к экзамену

Практическое задание 1

Тема: Содержание и задачи коммерческой деятельности

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

Что предпринял директор?

Практическое задание 2

Тема: Коммерческая информация и ее защита

Исходная информация: существуют два конкурирующих предприятия А и Б, предприятие А владеет уникальной информацией (формулой, разработкой, полезной моделью или другим изобретением), позволяющим существенно увеличить доходы, а предприятие Б стремится заполучить секрет производства или коммерческую тайну предприятия А.

Методические указания:


1. Студент выбирает организационно-правовую форму (ООО, АО и пр.) и обосновывает свой выбор.
2. Выбор предприятия А или Б
3. Формулировка миссии, цели в долгосрочной и краткосрочной перспективе, основных задач своего предприятия.
4. Предприятие А определяет перечень информации, составляющей коммерческую тайну, круг лиц, имеющих к ней доступ, а также разрабатывают комплекс мер по ее защите.
5. Предприятие Б разрабатывает возможные варианты получения секретных сведений конкурента.

Практическое задание 3

Тема: Организация хозяйственных связей в торговле

Составьте договор поставки.

От универсама «Успенский» 20 ноября 2019 г. за № 175 поступило коммерческое предложение швейной фабрике им. Крупской г. Екатеринбурга заключить договор на поставку швейных изделий на 2020 г. В письме универсама предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – швейной фабрике – проект договора на поставку швейных изделий. Управляющий универсамом «Успенский»

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 12 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

поручил в указанный срок старшему менеджеру Бушухиной Е.А. по группе швейных товаров подготовить с привлечением юриста и бухгалтера проект договора на поставку указанных товаров и после согласования направить его поставщику для подписания.

Практическое задание 4

Тема: Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров

«Развитие сбытовой деятельности оптового торгового предприятия»

Предприятие «Костюм» - один из крупнейших производителей мужских костюмов, поставляющее свою продукцию во все регионы России. В настоящее время планирует дополнительно открыть свои магазины в субъектах, что позволит увеличить прибыль предприятия на: 30% за счет открытия дополнительного количества магазинов 30% за счет увеличения производства.

Для открытия магазинов необходимы инвестиции в пределах 700 тысяч долларов, которые окупятся в течение 2 лет. На данный момент инвесторов, желающих вложить средства на открытие дополнительных магазинов нет.

Сейчас продукцию предприятия «Костюм» реализуют во всех субъектах, приоритетным для производителя является самый развитый рынок – Москвы. Руководство заинтересовано в открытии собственных розничных торговых предприятий, это повлечет за собой необходимость расширения ассортимента, свойственного для этой группы товаров.


На запуск одного магазина потребуется 100 тыс. долларов.

Портрет потенциального покупателя костюмов: человек со средним достатком и особое внимание не уделяет марке костюма. Для него определяющими факторами являются: качество материала и пошива, приемлемая цена. Руководство предприятия поставило задачу перед департаментом найти приемлемое решение для увеличения количества магазинов и максимизации объема продаж.

Между тем объем продаж мужской одежды ежегодно увеличивается в денежном выражении, по разным оценкам, на 20-30%. Основной рост приходится на крупные города, в частности Москву и Санкт-Петербург. В свете развития деловой культуры интересом пользуется сегмент деловой одежды.

Значительную часть на российском рынке (до 60% в натуральном выражении) занимают костюмы экономкласса. В последний год увеличились продажи костюмов среднего ценового сегмента. Широко представлены изделия российских предприятий. Экономичный сегмент (в среднем 2-4 тыс. рублей) заполнен продукцией турецких, китайских и российских производителей. Положение осложняется слабым развитием брендинга, узнаваемость марок низкая. Владельцы компании ожидают, что ситуация станет сопоставимой, скажем, с сегодняшней индустрией продуктов питания (где бренды примерно с равным уровнем качества конкурируют в рекламных стратегиях и точности позиционирования) не раньше, чем через 5-10 лет.

Достаточно часто фирмы обвиняют друг друга в незаконном копировании моделей. Некоторые игроки считают вполне приемлемым и выпуск откровенных подделок, допустим, костюмов под лейблом Hugo Boss или Pierre Cardin. Выход на рынок костюмов затруднен высокой технологичностью процесса производства, что является сдерживающим фактором для активного развития в сегменте производителей из Юго-Восточной Азии.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 13 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

По мнению экспертов, спрос на элитные модели мужских костюмов со временем будет только расти: человек, решившийся на покупку дорогого костюма один раз, больше никогда не вернется к более дешевым аналогам, потому что разница между ними огромна. Также в последнее время состоятельные люди начинают уделять себе все больше внимания - именно эти клиенты специально отслеживают все новинки среди костюмов, для них очень важна актуальность коллекции.

Развитие деловой культуры способствует повышению спроса на деловую одежду, что открывает хорошие перспективы для развития отечественных игроков, обладающих необходимой производственной базой.

Также наметилась тенденция - создание компаниями, осуществляющими пошив мужских костюмов, собственных розничных сетей, что позволит более точно прогнозировать будущие доходы, обеспечит динамичные продажи, и гибкие цены, магазины крайне неохотно идут на потерю маржи во время распродаж, а также будет способствовать увеличению количества программ по повышению лояльности потребителей.

Вопросы:

1. Какие шаги следует предпринять руководству предприятия «Костюм» для завоевания лидерства на данном рынке?

2. Проведите Swot-анализ деятельности данного предприятия.

3. Определите плюсы и минусы каждого варианта вложения в бренд (в производство, в создание собственной розничной сети или широкой сети магазинов). Сделайте выбор в пользу одного варианта развития, обоснуйте Ваше решение.

Практическое задание 5

Тема: Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров

Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Екатеринбургской парфюмерной фабрики получил распоряжение выехать для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров в город Новосибирск. Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения ?


Практическое задание 6

Тема: Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах

Определите коэффициент устойчивости ассортимента по магазину № 12 ОАО «Продукты» и сделайте выводы и предложения на основании данных таблицы 1.

Таблица 1 – Расчет коэффициента устойчивости ассортимента товаров

Наименование товара	Количество разновидностей товаров по ассортиментному перечню	Фактическое количество разновидностей товаров			Коэффициент устойчивости (Куст)
		01.03	15.03	30.03	
1.Йогурт	10	10	11	12	
2.Сыры твердые	6	6	6	5	
3.Масло	5	5	6	5	

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Костанайский филиал Кафедра экономики		
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 14 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

растительное					
4.Полуфабрикаты	6	6	6	7	

Практическое задание 7

Тема: Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров

Придумать рекламный лозунг, с целью привлечения внимания покупателей к данному товару и активизации его реализации. Он должен быть кратким, образным, оригинальным, логически связанным со свойствами товара. Текст лозунга может быть серьезным и юмористическим, рифмованным и прозаическим, вопросительным и восклицательным, достоверным и аргументированным, емким и экономным, конкретным и понятным, доходчивым и лаконичным, с адресной направленностью.

При разработке лозунга могут быть использованы пословицы, поговорки, афоризмы, сюжеты, метафоры, сравнения, синонимы, антонимы. Следует избегать сложные обороты, придаточные предложения, причастия и деепричастия, канцеляризм, штампы и вульгарные выражения. Стилль должен быть легким и элегантным, убеждающим, но не навязывающим, побуждающим к действию или активному размышлению.

Текст может сопровождаться иллюстративным изображением или в форме выражения.

Практическое задание 8

Тема: Франчайзинг в коммерческой деятельности

Компания X предоставила компании Y лицензию на изобретение, по которой лицензия имеет право использовать технологию лишь на рынке Санкт-Петербурга. На этой территории лицензиар не может предоставлять права интеллектуальной собственности третьим лицам и использовать их сам. Права патентовать усовершенствования принадлежат лицензиару.

Ответьте на вопросы:


1. Назовите три характеристики данной лицензии?
2. Какая форма трансферта применяется?
3. Что помимо лицензии выступает стратегиями коммерциализации в рамках данной фирмы?

Практическое задание 9

Тема: Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании

Установите соответствие вида услуги определенному классу:

Виды услуг	Классы услуг	
	Материальные услуги	Нематериальные услуги
1.Хранение		
2.Купля-продажа		
3.Транспортные и экспедиционные услуги		
4.Подготовка продукции к производственному потреблению		

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 15 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Полные комплекты оценочных средств хранятся на кафедре.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена (4 семестр).

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Для очной и -заочной форм обучения по дисциплине проводится в форме комплексной письменной работы, которая состоит из двух частей: теоретическая часть (решение тестовых заданий) и практическая часть (решение практических заданий).

Продолжительность зачета – 90 минут.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

4.2.1. Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за решение практического задания – 20 баллов.


Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Баллы	20 баллов	15 баллов	10-14 баллов	0-9 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
	выполнены все задания; оформление образцовое.	все задания выполнены с незначительными замечаниями; в оформлении нет грубых ошибок.	выполненные задания имеют значительные замечания; в оформлении есть недостатки.	задания выполнены не полностью или неправильно; оформление не соответствует требованиям.

4.2.2. Критерии оценивания теста

Максимальный балл за тест – 20 баллов. Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Баллы	20 баллов	15 баллов	10-14 баллов	0-9 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 16 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

При подведении итогов учитываются результаты текущего и рубежного контролей, полученные баллы суммируются с баллами за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде экзамена:

оценки «отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

оценки «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. «Удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности принципиального характера в ответе на зачете и при выполнении заданий;

оценка «неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:


1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%):

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: знание методов исследования коммерческой деятельности и технологии основных составляющих коммерческих сделок организаций торговли, источников финансирования закупок и инвестирования развития материально-технической базы коммерческих организаций;

- студент способен анализировать коммерческую деятельность организаций и определять ее эффективность, управлять коммерческими рисками и их минимизацией в коммерческих организациях. Количество правильных ответов – не менее 90%.

2. Продвинутый уровень соответствует оценке «хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%):

- предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: знание принципов организации материально-технического обеспечения и сбытовой деятельности коммерческих

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация коммерческой деятельности» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 17 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

организаций, знание деловой и технической информации коммерческих организаций при принятии управленческих решений коммерческими работниками;

- студент способен разрабатывать план закупок материально-технических ресурсов для коммерческих организаций, осуществлять коммерческие взаиморасчеты с поставщиками и покупателями. Количество правильных ответов – не менее 75%.

3. Пороговый уровень соответствует оценке «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%):

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание сущности, принципов и структуры построения коммерческих служб организаций торговли, основных источников коммерческой информации и способы ее получения;

- студент способен - анализировать коммерческую информацию, при принятии решений коммерческими работниками по организации работы предприятия. Количество правильных ответов – не менее 50%.

4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%).