

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.09.2025 10:01:42



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Уникальный идентификатор документа: 04c19ed8bf98f3b6cb77a486b9a0700832e519
Фонд оценочных средств по дисциплине "Управление коммерческой деятельностью на предприятии"
направленности (профиль) Бизнес-аналитика и маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 1

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
Управление коммерческой деятельностью на предприятии

Направление подготовки (специальность)

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Бизнес-аналитика и маркетинг

бакалавр

очная, очно-заочная

Челябинск 2025 г.



1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Очная форма обучения:

Общая трудоемкость	З ЗЕТ
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 28 самостоятельная работа : 77,1 : контактная работа: 30,9 ИКР: 2,9	Виды контроля в семестрах: зачеты 8

Очно-заочная форма обучения:

Общая трудоемкость	З ЗЕТ
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 8 самостоятельная работа : 98,55 : контактная работа: 9,45 ИКР: 1,45	Виды контроля в семестрах: зачеты 9

Система оценивания: *5-балльная система.*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Управление коммерческой деятельностью на предприятии» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компет енции (по ФГОС)	Результаты освоения ОП. Содержание компетенци й согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов (индикаторы достижения компетенции)
ПК-8	Способен сформулировать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик в организации, а также улучшения системы продвижения и продаж товаров (услуг)	
	ПК-8.1. Имеет представление о сущности и видах ценовой и товарной	Знать: ПК-8.1. Имеет представление о сущности и видах ценовой и товарной политики, системе продвижения товаров и услуг: - особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятия для применения на практике с целью решения профессиональных задач и способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с



	<p>политики, системе продвижения товаров и услуг; ПК-8.2. Анализирует ценовую и товарную политику, а также систему продвижения товаров и услуг, выявлять их недостатки, оценивать их эффективность; ПК-8.3. Обладает способностью разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политики, а также системы продвижения товаров и услуг.</p>	<p>принятыми в организации стандартами.</p> <ul style="list-style-type: none">- особенности принятия и обоснования целесообразности управленческих решений по формированию товарного ассортимента предприятий различных сфер и отраслей народного хозяйства и способы расчета показателей их эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами;- специфику методики анализа товарного ассортимента, способы расчета показателей оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами;- алгоритм обоснования и принятия альтернативных управленческих решений по совершенствованию процесса закупки товаров на отраслевом рынке с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;- составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации и функционирования, а также способы оценки и обоснования управленческих решений по минимизации издержек обращения;- структуру организации продажи товаров (формы и методы) предприятиями различных сфер и отраслей народного хозяйства и способы оценки и обоснования управленческих решений по повышению их эффективности на основе расчета ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами;- подходы к анализу и стратегическому планированию коммерческой деятельности предприятия, а также особенности организации коммерческой деятельности различными субъектами инфраструктуры рынка. <p>Уметь: ПК-8.2. Анализирует ценовую и товарную политику, а также систему продвижения товаров и услуг, выявлять их недостатки, оценивать их эффективность:</p> <ul style="list-style-type: none">- выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, создавать на их основе информационную базу для принятия управленческих решений по организации коммерческой деятельности предприятия различной отраслевой направленности;- принимать и на основе расчета показателей эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами обосновывать целесообразность управленческих решений по формированию товарного ассортимента предприятий различных сфер и отраслей народного хозяйства;- организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта товаров и рассчитывать ключевые показатели отражающие их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами;- обосновывать, выбирать и принимать управленческие решения по совершенствованию процесса купли-продажи и обмена товаров в процессе организации товародвижения;- управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;- применять методы стимулирования сбыта и разрабатывать предложения по его расширению с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;- критически оценивать результаты коммерческой деятельности и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятия, критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;- моделировать и проектировать коммерческую деятельность предприятия на рынке товаров и услуг с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. <p>Владеть: ПК-8.3. Обладает способностью разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политики, а также системы продвижения товаров и услуг:</p> <ul style="list-style-type: none">- владеть современными методами сбора, обработки и анализа финансовой информации для расчета показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия в соответствии с принятыми в организации стандартами.
--	--	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств по дисциплине "Управление коммерческой деятельностью на предприятии"
по направлению подготовки (специальности) 38.03.01 "Экономика"
направленности (профилю) Бизнес-аналитика и маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4 из 47

– владеть методологией экономического исследования и обоснования эффективности управленческих решений по совершенствованию процессов товародвижения в разрезе коммерческой деятельности предприятия с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

2.2. Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций

2.2.1. Компетенции (ПК-8) формируется в процессе изучения дисциплин: *Экономическая теория, Менеджмент, Теория отраслевых рынков, Экономика предприятия, Маркетинг, Финансы, Маркетинговые исследования, Экономический анализ, Рекламное дело, Инвестиционный анализ, Интернет-маркетинг, Бизнес-планирование.*

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Контролируемые темы	Код компетенции/ Индикаторы достижения	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации
	Раздел 1. "Содержание коммерческой деятельности предприятия: стандарты организации, показатели оценки"			
1	Тема 1. «Основные элементы инфраструктуры рынка и показатели характеризующие их эффективность»	ПК-8: Знать: Инфраструктуру рынка ее основные элементы, понятие и сущность коммерческой работы предприятия, Знать: Показатели отражающие коммерческую эффективность предприятий в соответствии с принятыми в организации стандартами, способы оценки и обоснования управленческих решений по повышению эффективности их коммерческой деятельности на основе расчета ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами. Уметь: Классифицировать виды и формы хозяйственных операций, основные элементы инфраструктуры рынка и определять показатели, отражающих коммерческую эффективность предприятий в соответствии с принятыми в организации стандартами. Уметь: основные элементы инфраструктуры рынка и приводятся примеры ее типичных представителей (биржи, банки, аудиторские, консалтинговые, страховые компании и др.), а также повторяются основы оценки управленческих решений по повышению эффективности их коммерческой деятельности на основе расчета ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами. Владеть: Навыками оценки коммерческой эффективности предприятий в соответствии с	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу



		принятыми в организации стандартами Владеть: Навыками формирования эффективной коммерческой деятельности на основе расчета ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами.		
2	Тема 2. «Сущность, задачи и цели организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка и возможности ее совершенствования»	ПК-8: Знать: Понятие коммерческой деятельности предприятий, алгоритм обоснования и принятия альтернативных управленческих решений по ее совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, субъектов и объектов коммерческой деятельности предприятия и ключевые показатели, отражающие их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами. Знать: Коммерческие риски, способы их уменьшения, классификацию рыночных инфраструктур по видам, функциям, организационному построению, формам собственности, принадлежности капитала. Уметь: Выделять основных субъектов и объектов коммерческой деятельности и определять их эффективность на основе ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами. Уметь: Принимать альтернативные управленческие решения по совершенствованию процесса закупки товаров на отраслевом рынке на основе классификации коммерческих рисков и использования способов их уменьшения. Владеть: Навыками оценки эффективности коммерческой деятельности на основе рассмотрения ключевых показателей. Владеть: Навыками оценки кредитоспособности заемщика разных форм собственности, принадлежности капитала.	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу
3	Тема 3. «Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий с учетом критерия экономической эффективности»	ПК-8: Знать: Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия по обоснованию, выбору и принятию управленческих решений по совершенствованию процесса купли-продажи и обмена товаров в процессе организации товародвижения. Знать: Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, стандарты и документы, отражающие показатели характеризующие результативность коммерческой работы предприятия, способы автоматизации и совершенствования торговли. Уметь: Уметь формировать систему управления коммерческой деятельностью: определять структуру, технику управления, выбирать показатели отражающие эффективность, использовать стандарты отражения результатов коммерческой деятельности в документах и планах предприятия. Уметь: Использовать различные способы и технологии распространения коммерческой информации, в том числе инструменты передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу



		<p>Владеть: Навыками обоснования и принятия альтернативных управленческих решений по совершенствованию процесса закупки товаров на отраслевых рынках с учетом критериев социально-экономической эффективности.</p> <p>Владеть: Навыками использования различных способов распространения коммерческой информации, в том числе инструментами передовых технологий и электронной коммерции.</p>		
	<p>Тема 4. «Оперативное и стратегическое планирование результатов коммерческой деятельности предприятия»</p>	<p>ПК-8: Знать: Алгоритм составления оперативного бизнес-плана, как основного инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности, бизнес-операции, их ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков, диверсификация политики предприятия и показатели отражающие их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами, систему государственного регулирования рыночного хозяйства и стимулирования бизнеса с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p> <p>Знать: Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности, алгоритм обоснования и принятия стратегических управленческих решений по совершенствованию процесса закупки товаров на отраслевом рынке с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p> <p>Уметь: Использовать способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Уметь: Формулировать систему целей и способов их реализации в форме бизнес-планирования коммерческой деятельности малых предприятий.</p> <p>Владеть: Навыками оценки эффективности оперативного и стратегического планирования.</p> <p>Владеть: Навыками по совершенствованию процесса закупки товаров на отраслевом рынке с учетом критериев социально-экономической эффективности.</p>	<p>3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4</p>	<p>Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу</p>
	<p>Раздел 2. «Совершенствование процесса товародвижения с учетом различных критериев социально-экономической эффективности»</p>			
4	<p>Тема 5. Особенности формирования ассортиментной политики предприятия и оценки ее эффективности.</p>	<p>ПК-8: Знать: Понятие производственного ассортимента товаров, технологию его планирования на хозяйственном предприятии в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Знать: Методики анализа товарного ассортимента, способы расчета показателей оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами</p> <p>Уметь: Использовать технологию планирования товарного ассортимента на хозяйственном предприятии в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p>	<p>3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4</p>	<p>Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу</p>



		<p>Уметь: Применять методики анализа товарного ассортимента для оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Владеть: Навыками формирования алгоритма обоснования и принятия альтернативных управленческих решений по совершенствованию ассортимента реализации с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия.</p> <p>Владеть: Навыками формирования алгоритма обоснования и принятия альтернативных управленческих решений по совершенствованию ассортимента реализации с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия.</p>		
5	Тема 6. Особенности организации товародвижения и продажи товаров	<p>ПК-8: Знать: Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке: принципы их формирования, элементы, управление затратами, способы расчета показателей их эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами, системы сбыта товаров: организационные формы, методы сбыта/продажи товаров, способы ее совершенствования с учетом критериев социально-экономической эффективности и подходы к расчету показателей эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Знать: Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятий: основные принципы проведения, планирование поступления и закупки товара, базисные условия поставки товаров.</p> <p>Уметь: Выявлять каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке в рамках построения системы сбыта товаров с учетом критериев социально-экономической эффективности и подходы к расчету показателей эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Уметь: Формировать договорные отношения с контрагентами и организовывать систему контроля за исполнением договорных обязательств для совершенствования процесса закупки товаров на отраслевом рынке с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия</p> <p>Владеть: Навыками использования каналов распространения и товародвижения на отраслевом рынке для совершенствования системы сбыта товаров в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Владеть: Навыками построения системы контроля исполнения договорных обязательств для совершенствования процесса закупки товаров на отраслевом рынке с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия.</p>	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу
6	Тема 7. Организация коммерческой деятельности в	ПК-8: Знать: Принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия, алгоритм обоснования и принятия	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый



	оптовой торговле.	<p>управленческих решений по её совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия, функции и организационную структуру управления оптовым торговым предприятием, способы расчета ключевых показателей отражающих её эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Знать: Процесс организации товародвижения в оптовой торговле, основные принципы, формы и каналы товародвижения, затраты по каналам товародвижения, способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами и пути совершенствования, способы доставки грузов потребителю.</p> <p>Уметь: Формировать оптовую торговую сеть, планировать ее структуру и функции, определять перспективы развития и способы совершенствования.</p> <p>Уметь: Организовывать различные этапы доставки товаров: доставку товаров от поставщиков на склад, контроль условий доставки, торговые операции связанные с приемкой, размещением и хранением товаров, учет и контроль формирования операционных расходов, контроль за товарами на складе.</p> <p>Владеть: Навыками организации складского хозяйства в оптовой торговле: знать организационную структуру склада, виды коммерческих работ, уметь применять способы совершенствования работы на основе оценки ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Владеть: Навыками организации работы по выполнению заказов товарополучателя и исполнению мероприятий по осуществлению.</p>		вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу
	Тема 8. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле.	<p>ПК-8: Знать: Систему управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (предприятия): методологию, функциональную и организационную структуру, технику и технологии управления, способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Знать: Специфику анализа товарного ассортимента, способы расчета показателей оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами; этапы и процесс закупочной деятельности (планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок; процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен, способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с принятыми в</p>	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу, решение задачи – 3.2.3 – по разделу



		<p>организации стандартами).</p> <p>Уметь: Определять взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации и остальными показателями экономического плана.</p> <p>Уметь: Использовать товароснабжение как инструмент совершенствования управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности предприятия и возможных социально-экономических последствий.</p> <p>Владеть: Навыками анализа рынка потребительских товаров и формирования розничной торговой сети в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Владеть: Навыками построения торгово-коммерческого процесса в розничном торговом предприятии.</p>		
	Тема 9. Коммерческие инновации.	<p>ПК-8: Знать: Понятие и виды нововведений в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и совершенствовании управления коммерческой деятельностью, способы расчета ключевых показателей отражающих их эффективность в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Знать: Коммерческие инновации и их влияние на эффективность деятельности предприятия, роль инвестиций в коммерческой инновации, подходы к анализу и стратегическому планированию коммерческой деятельности предприятия, особенности организации коммерческой деятельности различными субъектами инфраструктуры рынка.</p> <p>Уметь: Проводить оценку коммерческой эффективности нововведений на основе расчета ключевых показателей в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Уметь: Использовать различные подходы к анализу и стратегическому планированию коммерческой деятельности предприятия для инвестирования внедрения коммерческих инноваций и оценки их коммерческой эффективности для различных субъектов рынка.</p> <p>Владеть: Навыками оценки коммерческой эффективности нововведений в соответствии с принятыми в организации стандартами.</p> <p>Владеть: Стратегического планирования внедрения коммерческих инноваций и оценки их коммерческой состоятельности для различных субъектов рынка</p>	3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.2.4	Тест – 3.2.1 – по разделу, эссе (открытый вопрос) – 3.2.6 – по разделу

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе по дисциплине. Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре и являются учебно-методическими материалами ограниченного (конфиденциального) пользования.



3.2 Порядок проведения и содержание оценочных средств для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в три этапа.

На первом этапе студент выполняет тестовые задания из 12 вопросов. Продолжительность – 15 минут.

На втором этапе студент выполняет контрольное задание из трех вопросов (эссе, ответ на открытые вопросы). Время выполнения – 30 минут.

На третьем этапе студент решает 1 практическую задачу по разделам курса (и может выбрать уровень сложности исходного задания: пороговый, базовый или продвинутый). Время выполнения – 45 минут. Во время выполнения задания можно использовать справочные материалы.

Оценочные средства для промежуточной аттестации представлены (базой тестовых заданий и контрольных вопросов, кейс-задачами, тематикой курсовых/семестровых работ или докладов, сценарием деловой игры по предмету).

3.2.1. База тестовых вопросов

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
	Раздел 1. "Содержание коммерческой деятельности предприятия: стандарты организации, показатели оценки"	
1.	Коммерция – это...	А) производство Б) торговля В) бизнес операция
2.	Выберите, что из перечисленного относят к технологическим операциям?	А) расчеты с поставщиками Б) ведение переговоров и заключение договоров В) планирование стратегии сбыта
3.	Как называют свод правил поведения коммерсанта?	А) деловая этика Б) деловой этикет В) предпринимательская психология Г) свод предпринимательских законов
4.	Как называют мероприятие, организуемое с 12-13 ч., продолжительностью 1-1,5 ч. и предполагающее сервисное обслуживание?	А) фуршет Б) бокал шампанского В) ланч Г) обед
5.	Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе	А) маркетинга Б) сбыта В) услуг Г) кадров
6.	Какая структура характерна для небольших предприятий с ограниченным ассортиментом?	А) функциональная Б) товарная В) рыночная
7.	Что предполагает стратегия «пакета»	А) расстановки ложных приоритетов Б) заключение ряда соглашений



		В) включение в связке выводных и не выгодных условий соглашения
8.	Стратегия, которая предполагает преимущественное значение собственных интересов	А) торга Б) пробного шара В) принципиальная стратегия
9.	Что из перечисленного является долговым обязательством?	А) Платежное требование Б) Аккредитив В) Вексель
10.	При каких формах расчета приложение договора поставки является обязательным?	А) Клиринг Б) Аккредитив В) Вексель Г) Чек
11.	Приемка продукции по количеству предполагает:	А) счет Б) тестирование В) отбраковку
12.	Что из перечисленного считают скрытым недостатком?	А) недостатки, выявляемые в процессе многократного тестирования Б) повреждения товара, которые в момент продажи были «сокрыты» продавцом В) брак, который проявился только в процессе использования товара
Раздел 2. «Совершенствование процесса товародвижения с учетом различных критериев социально-экономической эффективности»		
13.	В какие сроки проводится приемка продукции при одногородней поставке?	А) 24 часа Б) 5 дней В) 10 дней Г) 20 дней
14.	Укажите формулу расчета полных затрат на закупку	А) $C = AV/q + PV + hq/2$ Б) $C = \sqrt{2AV/h}$ В) $C = PV + H$
15.	Что из перечисленного является обязательным при расчете аккредитивом?	А) поручение оплатить сумму сделки Б) обязательство оплатить сумму сделки В) определение суммы оплаты
16.	Какие условия поставки предполагают самую высокую стоимость поставки?	А) Франко-склад поставщика Б) Франко-склад покупателя В) Франко - завод
17.	Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?	А) цена и качество Б) скидки и доступность информации В) принадлежность к одной отрасли
18.	Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка	А) контакты с поставщиками Б) технические справочники В) опрос экспертов
19.	Что из перечисленного относят к сбытовой коммерческой деятельности?	А) определение потребности в заказываемых материалах Б) ведение переговоров с поставщиками В) расчет цены продукции
20.	Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:	А) производитель - потребитель Б) производитель – посредник - потребитель В) производитель – оптовый торговец – розница - потребитель
21.	Где производитель осуществляет полный контроль над сбытом?	А) интенсивный сбыт Б) селективный сбыт В) прямой сбыт
22.	Какие показатели не включает годовой план по сбыту?	А) объемы сбыта с разбивкой по кварталам и месяцам



		Б) рентабельность работы канала сбыта В) поставку продукции по потребителям
23.	Какой из методов не относят к количественным методам прогнозирования?	А) регрессионного анализа Б) Бокса-Дженкинса В) опрос потребителей
24.	Максимально возможный годовой объем выпуска продукции – это?	А) годовой план по сбыту Б) портфель заказов В) производственная мощность
25.	Является ли портфель заказов планом по закупки материальных ресурсов	А) да Б) нет
26.	Выберите формулу расчета т.Безубыточности	А) $R=C/(1-a)$ Б) $R = V/P$ В) $R = P \cdot Q$
27.	Что такое «емкость» рынка?	А) число потребителей рынка Б) уровень интенсивности конкуренции В) объемы продаж
28.	Укажите независимого оптового посредника	А) дилер Б) дистрибьютор В) брокер

3.2.2 Темы для собеседования/ доклада/ подготовки презентации

(при подготовке доклада, презентации или ответа на вопросы особое внимание студента должно уделяться (учитывается при оценивании как составляющая, характеризующая знание и умение ориентироваться в материале) приведению практических примеров (рассмотренных на лекционных, практических занятиях, в процессе самостоятельной), решению профессиональных задач, направленных на совершенствование процесса товародвижения в разрезе тематики контрольной работы, и выявлению показателей, отражающих эффективность коммерческой деятельности предприятия в соответствии с принятыми в организации стандартами (для оценки приводятся новые, вспоминаются существующие финансово-экономические показатели, рассмотренные в рамках ранее изучаемых дисциплин, например, экономического и финансового анализа и ценообразования на отраслевом рынке).

1. Организация и развитие основных видов и форм коммерческой деятельности предприятий на отраслевом рынке.
2. Система управления коммерческой деятельностью предприятия, функционирующего на отраслевом рынке.
3. Анализ и управление коммерческой деятельностью хозяйственного предприятия (по отраслям и сферам применения) в условиях рынка.
4. Роль планирования в рыночной экономике и его воздействие на коммерческую деятельность.
5. Планирование и организация сбыта товаров и сырья на предприятии (по отраслям и сферам применения).



6. Система управления коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий (различных видов).
7. Организация коммерческой деятельности различных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
8. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия
9. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия с использованием маркетинга.
10. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью розничной торговой фирмы.
11. Оценка эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия с позиций анализа основных экономических показателей.
12. Система оценка коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)
13. Стимулирование в коммерческой деятельности предприятия: методы, средства, оценка их эффективности.
14. Организация поставок и товародвижения на отраслевом рынке и пути их совершенствования.
15. Современные виды стратегий и их использование в коммерческой деятельности.
16. Разработка стратегии предприятия с целью выхода его на внешний рынок.
17. Стратегии коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров (по отраслям и сферам применения)
18. Бизнес-планирование и его роль в коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения).
19. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

3.2.3 Варианты практически ориентированных задач

Пример практикума по направлению «Изучение организационно-правовых форм субъектов коммерческой деятельности»

1. Характеристики субъектов коммерческой деятельности.

Задание 1: 1.1: Изучите краткие теоретические сведения, предложенные в лекционном курсе; 1.2: Изучить Гражданский кодекс РФ, часть первая; 1.3. Выполните предложенные практические задания:

Задание 2 (для оценки порогового уровня знаний): 1) Изучите



организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности в Гражданском Кодексе Российской Федерации; 2) После изучения ГК РФ заполните таблицу по следующей форме:

Таблица 1 - Организационно-правовые формы

№	Организационно-правовые формы	Учредители	Источники образования	Ответственность по обязательствам	Дополнительные сведения
1	2	3	4	5	6
1	Индивидуальный предприниматель				
2	Полное товарищество				
3	Товарищество на вере				
4	Общество с ограниченной ответственностью				
5	Акционерное общество				
6	Непубличное акционерное общество				
7	Производственные кооперативы				
8	Государственные и муниципальные унитарные предприятия				
9	Фонды				
10	Ассоциации				

Задание 3 (для оценки базового уровня знаний) на основе заполненной таблицы дайте ответы на следующие вопросы:

1. Дайте определение понятия «юридическое лицо» согласно действующего законодательства. 2. Классификация юридических лиц по основным целям деятельности. 3. Классификация юридических лиц по организационно-правовым формам. 4. Основное отличие полного товарищества от товарищества на вере. 5. Основное отличие открытого акционерного общества от закрытого.

Задание 4 (для оценки продвинутого уровня знаний): После заполнения таблицы из задания 2, решите следующие ситуационные задачи:

Задача 4.1. Индивидуальный предприниматель Петров А.С. закупает товары у отечественных и зарубежных производителей, реализует их в Алтайском крае через розничную торговую сеть.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

-Определите статус предпринимателя?

-Какой документ подтверждает его деятельность?

-В чём особенность риска его деятельности?



Задача 4.2. Индивидуальный предприниматель Петров А.С. собирается расширить свой бизнес, так как в результате его деятельности появились для этого финансовые возможности. В аналогичной ситуации оказались несколько знакомых Петрову А.С. предпринимателей.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

-Какую организационно-правовую форму они могут создать?

-Какие учредительные документы необходимы для создания и действия новой формы бизнеса предпринимателей?

- Какая ответственность и особенность управления выбранной формы будет у предпринимателей.

Задача 4.3. Муниципальный магазин намерен создать на своей базе ООО «Глория». В магазине 30 штатных работников. Уставной капитал 10 000 000 рублей. На момент регистрации Учредитель передаёт со своего баланса на баланс общества 8 000 500 рублей, который поделён на равные доли. Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование: с какого момента ООО приобретает статус юридического лица? какие документы необходимо разработать и утвердить для осуществления деятельности ООО «Глория»?

Пример практикума по направлению "Определение условий и параметров сбыта продукции, прогнозирование объема продаж".

2. По деятельности предприятия известны исходные данные:

Ф.№1 – Баланс предприятия, Ф.№2 – Отчет о финансовых результатах, Ф.№5 – Приложение к балансу, Отчеты о реализации продукции за отчетный год.

Задание 1: 1.1 – по балансовым данным предприятия (Ф.№1, Ф.№2, отчеты о реализации продукции за год) самостоятельно сформировать сводные ведомости о реализации каждой ассортиментной позиции товара (если более 4, то сгруппировать в три укрупненные позиции), 1.2 – по Ф.№5 и Ф.№2 произвести делений затрат на постоянную и переменные части и пропорционально доле каждого товара в общем объеме выручки распределить их между ассортиментными позициями.

Задание выполняется по вариантам, для каждого варианта предполагается использование бухгалтерской отчетности отдельного предприятия (для отработки навыков самостоятельного поиска и систематизации аналитической информации, в рамках приобретаемой компетенции, предполагается использование информационно-аналитического комплекса «ФираПро»).

Задание 2: 2.1 (для оценки порогового уровня знаний) – Рассчитать



показатели для каждой ассортиментной позиции и предприятия в целом по алгоритму:

- Порог рентабельности: в {шт.} = $FC / (P - AVC)$,
в {руб.} = $FC / ((TR - VC)/TR)$,
- Коэффициент маржинальной прибыли = $(TR - VC)/TR$
- Запаса финансовой прочности (ЗФП): в {руб.} = $TR_{\text{факт}} - П.Р\text{-ти}$
в {%} = $(TR_{\text{факт}} - \text{Порог рен-ти}) * 100\%$
 $TR_{\text{факт}}$
- Эффект операционного рычага (ЭОР): $ЭОР = PF_m / PF_{\text{реал.}} =$
 $= (TR - VC) / (TR - VC - FC)$,

2.2 (для оценки базового уровня знаний) – Используя изученную закономерность для сложившейся структуры затрат = $\Delta PF_{\text{реал.}} \% = \Delta TR \% \times ЭОР$, спрогнозировать результаты финансовой деятельности (прибыль от реализации) при увеличении выручки по каждому товару (каждой ассортиментной позиции) на 5 %, 10%, 15%, 20% (для оценки продвинутого уровня знаний: выбор процентов изменения объемов реализации для каждой ассортиментной позиции делается учащимся самостоятельно исходя из возможных условий развития рынка товара, которые определяются преподавателем дополнительно: вариант 1 – растущий рынок товара; вариант 2 – стагнирующий рынок товара и обосновывается положениями/требованиями к ассортиментной политике для данного типа рынка (см. лекционный курс)).

3. По деятельности предприятия известны исходные данные:

Ф.№1 – Баланс предприятия, Ф.№2 – Отчет о финансовых результатах, Ф.№5 – Приложение к балансу, Отчеты о реализации продукции за отчетный год.

Задание 1: 1.1 – по балансовым данным предприятия (Ф.№1, Ф.№2, отчеты о реализации продукции за год) самостоятельно сформировать сводные ведомости о реализации каждой ассортиментной позиции товара (если более 4, то сгруппировать в три укрупненные позиции), 1.2 – по Ф.№5 и Ф.№2 произвести делений затрат на постоянную и переменные части и пропорционально доле каждого товара в общем объеме выручки распределить их между ассортиментными позициями.

Задание 2: 2.1 (для оценки порогового уровня знаний): внести в агрегированную балансовую отчетность следующие изменения: предполагается увеличение расходов на рекламу в размере 10% от сложившегося объема переменных расходов, при этом прогнозируется рост выручки от продаж на 40%.

2.2 (для оценки базового уровня знаний): определить по условиям



задания 2.1 выгодно ли это для предприятия, если коэффициент маржинальной прибыли, до проведенных изменений, составлял 0,7.

2.3 (для оценки продвинутого уровня знаний): рассчитать показатели для каждой ассортиментной позиции и предприятия в целом по алгоритму:

- Порог рентабельности: в {шт.} = $FC / (P - AVC)$,

в {руб.} = $FC / ((TR - VC)/TR)$,

- Коэффициент маржинальной прибыли = $(TR - VC)/TR$

- Запаса финансовой прочности (ЗФП): в {руб.} = $TR_{\text{факт}} - П.Р\text{-ти}$

в {%} = $(TR_{\text{факт}} - \text{Порог рен-ти}) * 100\%$

$TR_{\text{факт}}$

- Эффект операционного рычага (ЭОР): $ЭОР = PF_m / PF_{\text{реал}}$.

Пример практикума по направлению "Принятие коммерческих решений на основе прогнозирования финансовой устойчивости"

4. По деятельности предприятия известны исходные данные:

Ф.№1 – Баланс предприятия, Ф.№2 – Отчет о финансовых результатах, Ф.№5 – Приложение к балансу, Отчеты о реализации продукции за отчетный год.

Задание 1: 1.1 – по балансовым данным предприятия (Ф.№1, Ф.№2, отчеты о реализации продукции за год) самостоятельно сформировать аналитический баланс для оценки финансовой устойчивости на основе расчета показателей величины и достаточности собственных оборотных средств.

Задание 2: 2.1 (для оценки порогового уровня знаний) необходимо: 1) оценить изменение финансовой устойчивости контрагента на начало и конец отчетного периода,

2.2 (для оценки базового уровня знаний) оценить возможности осуществления сотрудничества с оцениваемым в разделе 2.1 предприятием в разрезе основной деятельности, если по условиям задачи: вариант 1 – ваше предприятие является поставщиком материалов для контрагента; вариант 2 – ваше предприятие является покупателем продукции контрагента,

2.3 (для оценки продвинутого уровня знаний) оценить возможности осуществления сотрудничества с оцениваемым в разделе 2.1 предприятием в разрезе в разрезе финансовой деятельности (ваше предприятие рассматривает возможности предоставления займа в размере 10 млн. руб., вариант 1 – долгосрочно или вариант 2 – краткосрочно).

Пример практикума по направлению "Прогнозирование устойчивости коммерческой деятельности"



5. По предприятию известны данные:

Ф.№1 – Баланс предприятия, Ф.№2 – Отчет о финансовых результатах, Ф.№5 – Приложение к балансу.

Задание 1: по балансовым данным предприятия (Ф.№1, Ф.№2) самостоятельно сформировать укрупненный аналитический баланс необходимый для проведения оценки финансовой устойчивости предприятия на основу расчета финансового цикла и потребности в финансировании оборотного капитала.

Задание выполняется по вариантам, для каждого варианта предполагается использование бухгалтерской отчетности отдельного предприятия (для отработки навыков самостоятельного поиска и систематизации аналитической информации, в рамках приобретаемой компетенции, предполагается использование информационно-аналитического комплекса «ФираПро»).

Задание 2: Провести расчеты согласно предлагаемого алгоритма:

2.1 (для оценки порогового уровня знаний) – Дать определения и рассчитать показатели:

– Периода оборота материальных затрат – это...

$$\text{ПОМЗ} = \text{МЗ} * 365 / \text{с/с}, \text{МЗ} = \text{Сырье} + \text{НЗП} + \text{ГП};$$

– Периода оборота кредиторской задолженности – это...

$$\text{ПОКЗ} = \text{КЗ} * 365 / \text{с/с};$$

– Периода оборота дебиторской задолженности – это...

$$\text{ПОДЗ} = \text{ДЗ} * 365 / \text{TR};$$

Финансовый цикл – это ...,

$$\text{ФЦ} = \text{ПО МЗ} - \text{ПО КЗ} + \text{ПО ДЗ},$$

Потребность в оборотном капитале – это ...,

$$\text{ПОК} = \text{ФЦ} * \text{с/с год} / 365.$$

2.2 (для оценки базового уровня знаний) – В дополнение условий задания 2.1 определить потребность в оборотном капитале по видам капитала (собственный, заемный, долго- или краткосрочный) для сохранения прежней целевой структуры финансирования при условии, что собственники предприятия располагают суммой свободных собственных средств в размере 5% от размера Раздела 3 Баланса предприятия на конец отчетного периода и готовы инвестировать ее в активы предприятия, а при необходимости могут увеличить размеры инвестирования для сохранения соотношения: СОС составляют 20% от активов предприятия.

2.3 (для оценки продвинутого уровня знаний) – На основе выводов полученных при решении задачи с условие 2.2 студенту предлагается два



варианта исходных условий для прогнозирования:

2.3.1 – спрогнозировать изменения в потребности в финансировании по видам капитала при 10% росте выручки и сохранении сложившейся целевой структуры капитала.

2.3.2 – прогнозировать необходимые изменения (сокращения) финансового цикла и предложить процедуры / мероприятия практической реализации такого управленческого решения при условии, что собственники предприятия располагают свободными собственными средствами только в размере 5% от величины Раздела 3 Баланса предприятия на конец отчетного периода и не готовы инвестировать более этой суммы в активы предприятия, но при этом планируют сохранить прежнюю финансовую устойчивость, характеризующуюся соотношением: СОС составляют 20% от активов предприятия.

6. По предприятию известны данные:

Ф.№1 – Баланс предприятия, Ф.№2 – Отчет о финансовых результатах, Ф.№5 – Приложение к балансу.

Задание 1: по балансовым данным предприятия (Ф.№1, Ф.№2) самостоятельно сформировать укрупненный аналитический баланс необходимый для проведения оценки финансовой устойчивости предприятия на основу расчета величины собственных оборотных средств на начало и конец отчетного периода и их изменения за отчетный год.

Задание выполняется по вариантам, для каждого варианта предполагается использование бухгалтерской отчетности отдельного предприятия (для отработки навыков самостоятельного поиска и систематизации аналитической информации, в рамках приобретаемой компетенции, предполагается использование информационно-аналитического комплекса «ФираПро»).

Задание 2: Внести в балансовые данные следующие изменения и ...:

Вариант 1 (для оценки порогового уровня знаний): На конец периода: уставный капитал вырос на 7 млн. руб., добавочный капитал – на 5 млн. руб., предприятие получило убыток в размере – 5 млн. руб., долгосрочные пассивы увеличились на 12 млн. руб., предприятие приобрело имущества на 16 млн. руб. Задание 2.1 – Рассчитать величину СОС и их изменение.

Вариант 2 (для оценки базового уровня знаний): На конец периода: предприятие провело эмиссию акций 5000 шт. по 2000 руб.; на конец года было продано 3000 акций по рыночной цене 3000 руб.; 2 млн. руб. просроченной дебиторской задолженности было списано на финансовый результат; предприятие получило прибыль по основной деятельности 4 млн.



руб.; был оформлен долгосрочный кредит на сумму 10 млн. руб. и начато строительство нового цеха, на конец года освоена половина полученных инвестиций, предприятие приобрело имущества на 16 млн. руб. и получило безвозмездно на сумму 3 млн. руб.; за указанный период текущая кредиторская задолженность выросла на сумму 1 млн. руб., а дебиторская сократилась на 0,5 млн. руб. Задание 2.2 – Рассчитать величину СОС, их изменение и сформулировать выводы относительно изменения финансовой устойчивости предприятия на основе проведенного расчета и балансовых данных.

Вариант 3 (для оценки продвинутого уровня знаний): Задание 2.3 – По условиям варианта 2 провести оценку только изменения СОС за период при условии полного отсутствия исходных балансовых данных и сформулировать предположения относительно изменения финансовой устойчивости предприятия только на основе проведенного расчета.

7. Пример практикума по направлению «Основные виды договоров в коммерческой деятельности»

Задание 1: изучение составных элементов различных видов договоров в торговле. Для выполнения необходимо знать: процедуры заключения договора, требования законодательства для признания наличия договора, требование к существенным условиям договора; уметь: применять нормы права для оценки действий сторон коммерческого договора в процессе его заключения и исполнения.

Задание 2 (для оценки порогового уровня знаний): на основе изучения Гражданского Кодекса заполнить таблицу 1:

Таблица 1 – Виды договоров, применяемых в торговле

Наименование договора	Заключение договора	Субъект договора	Объект договора	Условия договора	Права субъекта	Обязанности субъекта	Форма договора
Договор поставки							
Договор купли-продажи							
Договор аренды							

Задание 3 (для оценки базового уровня знаний): После заполнения таблицы 1 сформулировать ответы на следующие вопросы:

1. Дайте определение понятия «договор» согласно действующего



законодательства.

2. Привести классификацию договоров.

3. Охарактеризуйте договора, которые в соответствии с ГК РФ подлежат государственной регистрации.

4. При каких обстоятельствах происходит прекращение договорных обязательств?

Задание 4 (для оценки продвинутого уровня знаний): После заполнения таблицы 1 решить следующие практические ситуации, руководствуясь статьями: 135, 567, 484, 457, 438, 434, 435, 314, 432:

Ситуация № 4.1. 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 № 4.2. 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 № 4.3. 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 № 4.4. 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?



8. Пример практикума по направлению «Контроль в сфере закупочной деятельности и принятие решения по размещению заказов»

Задание 1: ознакомиться с методами контроля процесса поставки товаров, а также с методом использования результатов контроля для принятия решения о продлении договора с поставщиком. Произвести оценку поставщиков № 1 и № 2 по результатам работы для принятия решения о продлении договорных отношений с одним из них.

В течение первых двух месяцев года фирма получала от поставщиков № 1 и № 2 товары А и В.

Динамика цен на поставляемую аналогичную продукцию, динамика поставки товаров ненадлежащего качества, а также динамика нарушений поставщиками установленных сроков поставок приведены в таблице 2 - 4.

Для принятия решения о продлении договора с одним из поставщиков необходимо рассчитать рейтинг каждого поставщика. Оценка поставщиков выполнить по показателям: цена, надежность и качество поставляемого товара. Принять во внимание, что товары А и В не требуют бесперебойного пополнения. Соответственно, при расчете рейтинга поставщика принять следующие веса показателей: цена 0,5; качество поставляемого товара 0,3; надежность поставки 0,2.

Таблица 2 - Динамика цен на поставляемые товары

Поставщик	Месяц	Товар	Объем поставки, ед./мес.	Цена за единицу, руб.
№1	Январь	А	2000	10
	Январь	В	1000	5
№2	Январь	А	9000	9
	Январь	В	6000	4
№1	Февраль	А	1200	11
	Февраль	В	1200	6
№2	Февраль	А	7000	10
	Февраль	В	10 000	6

Таблица 3 - Динамика поставки товаров ненадлежащего качества

Месяц	Поставщик	Количество товара ненадлежащего качества, поставленного в течение месяца, единиц
Январь	№ 1 №2	75 300



Февраль	№ 1 №2	120 425
---------	-----------	---------

Таблица 4 - Динамика нарушений установленных сроков поставки

Поставщик № 1			Поставщик № 2		
месяц	количество поставок, единиц	всего опозданий, дней	месяц	количество поставок, единиц	всего опозданий, дней
Январь	8	28	Январь	10	45
Февраль	7	35	Февраль	12	36

Итоговый расчет рейтинга поставщика оформить в виде табл. 7.

1. Расчет средневзвешенного темпа роста цен (показатель цены).

Для оценки поставщика по первому критерию (цена) следует рассчитать средневзвешенный темп роста цен ($\bar{\delta}_o$) на поставляемые им

товары: $\bar{\delta}_o = \sum_{i=1}^n \delta_{oi} \times d_i$, где T_{ui} — темп роста цены на i -ю разновидность поставляемого товара; d_i — доля i -й разновидности товара в общем объеме поставок текущего периода; n — количество поставляемых разновидностей товаров.

Темп роста цены на i -ю разновидность поставляемого товара рассчитывается по формуле: $T_{ui} = (P_{i1}/P_{i0}) \times 100$, где P_{i1} — цена i -й разновидности товара в текущем периоде; P_{i0} — цена i -й разновидности товара в предшествующем периоде.

Доля i -й разновидности товара в общем объеме поставок рассчитывается по формуле: $d_i = (S_i / \sum S_i)$, где S_i — сумма, на которую поставлен товар i -й разновидности в текущем периоде, руб.

В качестве примера выполним расчет средневзвешенного темпа роста цен для первого поставщика.

Расчет средневзвешенного темпа роста цен рекомендуется оформить в виде таблицы 5.

Таблица 5 - Расчет средневзвешенного темпа роста цен

Поставщик	T_{uA}	T_{uB}	S_A	S_B	d_A	d_B	T_u
№1							
№2							

Полученные значения T_u заносятся в итоговую таблицу для расчета рейтинга поставщика.



2. Расчет темпа роста поставки товаров ненадлежащего качества (показатель качества).

Для оценки поставщиков по второму показателю (качество поставляемого товара) рассчитаем темп роста поставки товаров ненадлежащего качества ($T_{н.к}$) по каждому поставщику:

$$\dot{O}_{i.e} = \frac{d_{i.e1}}{d_{i.e0}} \times 100$$

где $d_{н.к1}$ — доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок текущего периода;

$d_{н.к0}$ — доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок предшествующего периода.

Долю товаров ненадлежащего качества в общем объеме поставок определим на основании данных таблиц 2 и 3. Результаты оформим в виде таблицы 6.

Таблица 6 - Расчет доли товаров ненадлежащего качества в общем объеме

поставок

Месяц	Поставщик	Общая поставка, ед./мес.	Доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок, %
Январь	№1		
	№2		
Февраль	№1		
	№2		

Полученный результат внесем в таблицу 7.

3. Расчет темпа роста среднего опоздания (показатель надежности поставки, $T_{с.о}$).

Количественной оценкой надежности поставки служит среднее опоздание, т. е. число дней опозданий, приходящихся на одну поставку. Эта величина определяется как частное от деления общего количества дней опоздания за определенный период на количество поставок за тот же период (данные табл. 4).

Таким образом, темп роста среднего опоздания по каждому поставщику определяется по формуле: $T_{с.о} = (O_{ср1} / O_{ср0}) \times 100$, где $O_{ср1}$ — среднее опоздание на одну поставку в текущем периоде, дней; $O_{ср0}$ — среднее опоздание на одну поставку в предшествующем периоде, дней.

Далее рассчитаем темп роста среднего опоздания для поставщиков № 1 и № 2. Полученный результат внесем в табл. 7.

4. Расчет рейтинга поставщиков.



Для расчета рейтинга необходимо по каждому показателю найти произведение полученного значения темпа роста на вес. Сумма произведений по гр. 5 (табл. 7) даст нам рейтинг поставщика № 1, по гр. 6 — поставщика № 2.

Следует помнить, что поскольку в нашем случае темп роста отражает увеличение негативных характеристик поставщика (рост цен, рост доли некачественных товаров в общем объеме поставки, рост размера опозданий), то предпочтение при перезаключении договора следует отдать поставщику, чей рейтинг, рассчитанный по данной методике, будет ниже.

Таблица 7 - Расчет рейтинга поставщиков

Показатель	Вес показателя	Оценка поставщика по данному показателю		Произведение оценки на вес	
		поставщик №1	поставщик №2	поставщик № 1	поставщик № 2
1	2	3	4	5	6
Цена	0,5				
Качество	0,3				
Надежность	0,2				
Рейтинг поставщика					

9. Пример практикума по направлению «Документальное оформление товарных операций»

Задание 1. (для оценки порогового уровня знаний) 1.1. Изучите «Инструкцию о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству» (утверждена постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 25 апреля 1966 г. М П-7). 1.2. После изучения инструкции дайте письменные ответы на вопросы по следующей форме:

№ вопроса	Ответ	Обоснование (укажите пункт инструкции)
1	2	3

Вопросы: 1. Когда и кем утвержден документ? 2. Когда и кем внесены дополнения и изменения в инструкцию? 3. Какими документами, кроме Инструкции, необходимо пользоваться при приемке товаров по качеству? 5. Сроки приемки товаров по качеству? 7. В каких случаях проводится выборочная проверка качества товаров? 8. Как поступить, если выявлена недоброкачественная, некомплектная продукция? 7. В какой срок поставщик должен быть известить о поступлении недоброкачественной



продукции? 9. Когда должен явиться его представитель? 10. Какой документ должен иметь представитель поставщика (представитель общественности предприятия-получателя, компетентный представитель другой организации)? 11. Какую комиссию нужно создать для приемки товаров в случае неявки поставщика? 12. В каких случаях для определения качества товаров предусмотрен отбор проб от партии товаров? Как документально он оформляется? 13. В какой срок составляется акт приемки товаров по качеству? 14. Кем подписывается акт? Перечислите основные приложения к акту. 15. Кем и в какой срок утверждается акт? 16. В какие сроки поставщик (изготовитель) должен распорядиться продукцией ненадлежащего качества? 17. В какие сроки предъявляется претензия? 18. В какие сроки рассматривается претензия поставщиком?

Задание 2. (для оценки базового уровня знаний) Решите следующие ситуационные задачи. При выполнении задания необходимо руководствоваться нормативными документами, регламентирующими вопросы приемки товаров по качеству и документального оформления проведенной проверки. В задаче содержатся не все необходимые реквизиты, поэтому данные необходимые для составления акта, но не указанные в условии задания, определяются студентами самостоятельно, исходя из условий ситуации, с учетом требований, указанных в нормативных документах. Эти требования изложены в Инструкции "О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству".

Задача 2.1. Магазин "Сельхозпродукты" АООТ "Колос" закупил в 000 "Барнаульское" картофель свежий обыкновенный. 12 сентября т. г. картофель был получен, 120 мешков по товарно-транспортной накладной Х» 135 от 12 октября т.п. Всего 4800 кг. Картофель был расфасован 9 сентября т.г. Обработка ядохимикатами производилась 28 июля т.г. Партия М 1.94. Приемка товара по качеству производилась в соответствии с ГОСТ 7194-81 "Картофель свежий. Правила приемки и методы определения качества". Согласно предъявленному удостоверению о качестве, картофель соответствует требованиям ГОСТ 26545 "Картофель свежий продовольственный, реализуемый в розничной торговой сети. Технические условия". При проверке по качеству было выявлено следующее: содержание клубней, позеленевших на поверхности более 1/4 - 5%; мелких клубней - 7%; повреждено грызунами - 2%; зараженных фитофторой - 23%; наличие камней и ботву - 2%.

Реквизиты сторон: *Поставщик* (он же изготовитель): 000 "Барнаульское", г. Барнаул, ул. Ползунова 149, расчетный счет 000391481 в Центральном отделении Сбербанка г. Барнаула. *Получатель*: АООТ



"Колос", магазин сельхозпродукты, ул. Партизанская, 204, расчетный счет 000592335 в Ленинском отделении Сбербанка г. Барнаула.

Дайте обоснование действий товароведа магазина в данном случае.

Оформите акт отбора образцов проб и акт приемки товаров по качеству по данной ситуации (см. приложение 2).

Заполните акт о приемке товара по качеству (см. приложение 3)

Изучите «Инструкцию о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» (утверждена постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 15 июня 1965 г. М П-6). и дайте письменные ответы на вопросы изучив задание, в таблице по следующей форме:

№ вопроса	Ответ	Обоснование (укажите пункт инструкции)
1	2	3

Вопросы (для оценки продвинутого уровня знаний): 1. Какими нормативно-правовыми документами, кроме указанной в п.1 Инструкции, необходимо руководствоваться при приемке товаров от органов транспорта? 2. Какие особенности приемки товаров от органов транспорта? 3. В каком случае следует потребовать составления коммерческого акта от органов транспорта? 4. Каковы сроки приемки товаров: а) однородными получателями; б) иногородними получателями? 5. В какой срок составляется акт о массе тары и в каком случае? 6. Как должен поступить получатель в случае, если при приемке выявлена недостача товаров? 7. Кто входит в состав комиссии по приемке товаров? 8. В какой срок необходимо известить поставщика о выявленной недостаче? 9. В какой срок должен прибыть представитель поставщика? 10. В какой срок должен быть составлен акт приемки товаров по количеству? Какие документы прилагаются к акту о приемке товаров по количеству? В какой срок утверждается акт? В какой срок предъявляется претензия поставщику?

2.2. Решите ситуационную задачу.

При выполнении ситуации необходимо руководствоваться нормативно-правовыми актами, регламентирующими вопросы приемки товаров и оформления документа о её результатах.

В ситуации содержатся не все реквизиты, которые необходимы для оформления документов о результатах приемки товаров. Поэтому реквизиты, необходимые для составления акта, но не указанные в условии



задания, заполняются студентами самостоятельно, исходя из условий ситуации, с учетом требований, указанных в нормативных документах. Содержание акта должно соответствовать требованиям, предъявляемым к такого рода документам. Эти требования изложены в Инструкции о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству.

Задача. Обоснуйте действия товароведа, оформите документально результаты приемки товаров по количеству, исходя из следующих условий.

На станцию Ребриха Западно-Сибирской железной дороги прибыл контейнер с туалетным мылом для 000 "Рассвет". Груз выдан получателю станцией назначения на следующий день по прибытии. Реквизиты сторон:

Поставщик: Новосибирская оптовая база «Докторант», г. Новосибирск, ул. Крамского, 42, расчетный счет 000654118 в Новосибирском отделении Мосбизнесбанка.

Изготовитель: Новосибирский жиркомбинат, г. Новосибирск, ул. Семьи Шамшиных, 94, расчетный счет 000904303 в Новосибирском региональном отделении Агропромбанка.

Получатель: 000 "Рассвет", р.п. Ребриха, ул. Пролетарская, 49, расчетный счет 000568395 в Ребрихиинском отделении Алтайагропромбанка.

Условия приемки:

- место выгрузки контейнера - склад получателя;
- дата прибытия груза - 1 августа т.г.;
- дата отгрузки товара - 27 июля т.г.; основание отгрузки - договор, счет-фактура поставщика - 04235; дата выписки счет-фактуры - 26 июля т.г.;
- железнодорожная накладная - 94798;
- контейнер опломбирован пломбами отправителя;
- оттиск пломб - 754903;
- результат осмотра контейнера - контейнер исправный.

№ п/п	Наименование товара	Арт.	По счёту поставщика значилось	При приёмке фактически оказалось
1	«Детское»	25	3000	2800
2	«Цветы любви»	49	2000	2200
3	«Сирень»	21	1700	1700
4	«Роза чайная»	207	1500	1600
5	«Семейное»	4	2400	2000
6	«Лесное»	57	1100	1200
7	«Земляничное»	114	900	900



Примечание: розничная цена в рублях принимается по фактически существующим в данный период времени ценам на указанные разновидности мыла. **Заполните акт приемки товаров по количеству.**

10. Пример практикума по направлению «Расчет эффективности рекламы»

Задание 1. Научиться рассчитывать коэффициент эффективности рекламы и проводить оценку экономической эффективности по полученным данным. Методические указания и краткие теоретические сведения для расчета:

Оценивается эффективность рекламы широким кругом основных процессов, происходящих в бизнесе, — продвижением товаров и услуг, продвижением торговой марки, выходом на режим самокупаемости и далее прибыльности новой фирмы или филиала, формированием условий для достижения успеха в бизнесе и т. д.

Определить эффективность рекламы можно путем наблюдений, экспериментов, опросов. Чтобы выявить, в какой степени реклама повлияла на рост выручки, анализируют оперативные и бухгалтерские данные. При этом следует иметь в виду, что помимо рекламы сказываются на реализации товара его качество и потребительские свойства, цена, внешний вид, а также место расположения торгового предприятия, уровень культуры обслуживания покупателей, наличие в продаже аналогичных изделий или продуктов.

Дополнительная выручка под воздействием рекламы определяется по

формуле: $T_d = \frac{T_c \Pi \Delta}{100}$, где T_d — дополнительная выручка под воздействием рекламы, руб.; T_c — среднедневная выручка до рекламного периода, руб.; Π — прирост среднедневной выручки за рекламный и послерекламный периоды, %; Δ — количество дней учета выручки в рекламном и послерекламном периодах.

Об экономической эффективности рекламы можно также судить по тому экономическому результату, который был достигнут от применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительной выручки, полученной под воздействием рекламы, и расходами на нее:

$\mathcal{E} = \frac{T_d H_T}{100} - (P_P + P_D)$, где \mathcal{E} — экономический эффект рекламирования, руб.; T_d — дополнительная выручка под воздействием рекламы, руб.; H_T — торговая



надбавка на товар, в % к цене реализации; P_p – расходы на рекламу, руб.; P_d – дополнительные расходы по приросту выручки, руб.

Однако полученных данных еще недостаточно для сопоставления экономической эффективности затрат на проведение различных рекламных мероприятий. Более точно эффективность затрат на рекламу характеризует ее рентабельность. Рентабельность рекламы – это отношение полученной прибыли к затратам. Она определяется по формуле:

$$P = \frac{\mathcal{E} \cdot 100}{P_p}$$
, где P – рентабельность рекламируемого товара, %; \mathcal{E} – экономический эффект рекламирования, руб; P_p – расходы на рекламу, руб.

Задание 2. Решите следующие задачи (по вариантам).

Вариант 1:

Задача 1. По следующим данным определите эффективность рекламы:

- а) прирост прибыли гостиницы составил 825 тыс. руб.;
- б) расходы на рекламу складывались следующим образом:
 - рекламное объявление в прессе: тариф на 1 см газетной площади — 250 руб., объявления занимают общую площадь 140 см²;
 - телевизионная реклама: тариф за 1 мин демонстрации по ТВ — 8 тыс. руб.; заключен договор на 5 дней показа по 5 мин в день;
 - прямая почтовая реклама: разослано 100 тыс. рекламных листовок; изготовление (печатание) обошлось по 0,1 руб. /шт.; рассылка стоила 5 руб./шт.

Задача 2. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С, Д) продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка. Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой фирмой. Занести результаты в таблицу. Сделайте вывод.

Название фирмы	Расхода на рекламу млн.руб.	Доля рынка, %	Доля голоса, %	Коэффициент эффективности рекламы
А	1.7	8.4		
В	2.4	48.6		
С	0.6	7.4		
Д	3.2	35.6		
Итого		100,0		

Задача 3. Определите сколько средств необходимо выделить фирме на



рекламную кампанию с учетом следующих данных:

Наименование журналов и газет	Количество рекламных объявлений в год, всего	Размер и число объявлений в цвете	Размер черно-белого объявления, стр.	Цена объявления за страницу (черно-белые, цветные), руб.
«Маркетинг»	10	5*1/2	1/8	380;490
«Маркетинг в России и за рубежом»	16	6*1/8	1/4	365; 540
«Экономика и жизнь»	34	-	1/4	250; 375

Задача 4. На основе имеющихся данных оцените эффективность рекламы предприятия:

Показатели	Значение
Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	625
Темп прироста товарооборота за рекламный период, %	2,00
Торговая наценка, %	20,00
Расходы на рекламу, тыс. руб.	300
Продолжительность рекламной акции, мес.	6
Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, тыс. руб.	
Экономический эффект рекламы, тыс. руб.	
Рентабельность рекламирования товара, %	

Вариант № 2

Задача 1. Прирост прибыли фирмы составил 30 млн. рублей.

Расходы на рекламу сложились следующим образом:

- реклама в газете – 1100 руб. за 1 см², площадь объявления – 100 см²;
- телевизионная реклама – 2000 руб. в минуту в течение 7 дней;
- почтовая реклама – 26 тыс. объявлений стоимостью 1,5 руб. за лист с рассылкой 1 руб. за штуку. Определите эффективность рекламы.

Задача 2. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С, Д) продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка. Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой фирмой. Занести результаты в таблицу. Сделайте вывод.



Название фирмы	Расхода на рекламу руб.	на млн.	Доля рынка, %	Доля голоса, %	Коэффициент эффективности рекламы
А	2.4		28.2		
В	1.2		20.9		
С	0.7		23.9		
Д	1.6		27.0		
Итого			100,0		

Задача 3. Определите сколько средств необходимо выделить фирме на рекламную кампанию с учетом следующих данных:

Наименование журналов и газет	Количество рекламных объявлений в год, всего	Размер и число объявлений в цвете	Размер черно-белого объявления, стр.	Цена объявления за страницу (черно-белые, цветные), руб.
«Маркетинг»	15	8*1/2	1/8	380; 490
«Маркетинг в России и за рубежом»	12	7*1/8	1/4	365; 540
«Экономика и жизнь»	28	-	1/4	250; 375

Задача 4. На основе имеющихся данных оцените эффективность рекламы предприятия:

Показатели	Значение
Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	585
Темп прироста товарооборота за рекламный период, %	3,00
Торговая наценка, %	25,00
Расходы на рекламу, тыс. руб.	320
Продолжительность рекламной акции, мес.	7
Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, тыс. руб.	
Экономический эффект рекламы, тыс. руб.	
Рентабельность рекламирования товара, %	



Вариант № 3

Задача 1. Прирост прибыли фирмы составил 50 млн. рублей.

Расходы на рекламу сложились следующим образом:

- реклама в газете — 520 руб. за 1 см², площадь объявления — 50 см²;
- телевизионная реклама — 4000 руб. в минуту в течение 6 дней;
- почтовая реклама — 16 тыс. объявлений стоимостью 2,5 руб. за лист с рассылкой 1,5 руб. за штуку.

Определите эффективность рекламы.

Задача 2. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С,) продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка. Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой фирмой. Занести результаты в таблицу. Сделайте вывод.

Название фирмы	Расхода на рекламу млн.руб.	Доля рынка, %	Доля голоса, %	Коэффициент эффективности рекламы
А	4.7	38.9		
В	8.6	50.4		
С	1.6	10.7		
Итого		100,0		

Задача 3. Определите сколько средств необходимо выделить фирме на рекламную кампанию с учетом следующих данных:

Наименование журналов и газет	Количество рекламных объявлений в год, всего	Размер и число объявлений в цвете	Размер черно-белого объявления, стр.	Цена объявления за страницу (черно-белые, цветные), руб.
«Маркетинг»	8	4*1/2	1/8	380; 490
«Маркетинг в России и за рубежом»	10	5*1/8	1/4	365; 540
«Экономика и жизнь»	38	-	1/4	250; 375

Задача 4. На основе имеющихся данных оцените эффективность рекламы предприятия

Показатели	Значение
------------	----------



Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	560
Темп прироста товарооборота за рекламный период, %	4,00
Торговая наценка, %	20,00
Расходы на рекламу, тыс. руб.	360
Продолжительность рекламной акции, мес.	6
Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, тыс. руб.	
Экономический эффект рекламы, тыс. руб.	
Рентабельность рекламирования товара, %	

Вариант № 4

Задача 1. Прирост прибыли фирмы составил 420 млн. рублей.

Расходы на рекламу сложились следующим образом:

- реклама в газете – 900 руб. за 1 см², площадь объявления – 220 см²;
- телевизионная реклама – 5000 руб. в минуту в течение 15 дней;
- почтовая реклама – 32 тыс. объявлений стоимостью 3,5 руб. за лист с рассылкой 3 руб. за штуку. Определите эффективность рекламы.

Задача 2. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С,) продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка. Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой фирмой. Занести результаты в таблицу. Сделайте вывод.

Название фирмы	Расхода на рекламу млн.руб.	Доля рынка, %	Доля голоса, %	Коэффициент эффективности рекламы
А	0.8	28.9		
В	0.2	7.2		
С	1.6	63.9		
Итого		100,0		

Задача 3. Определите сколько средств необходимо выделить фирме на рекламную кампанию с учетом следующих данных:

Наименование журналов и газет	Количество рекламных объявлений в год, всего	Размер и число объявлений в цвете	Размер черно-белого объявления, стр.	Цена объявления за страницу (черно-белые, цветные),
-------------------------------	--	-----------------------------------	--------------------------------------	---



				руб.
«Маркетинг»	14	10*1/2	1/8	380;490
«Маркетинг в России и за рубежом»	18	8*1/8	1/4	365; 540
«Экономика и жизнь»	30	-	1/4	250; 375

Задача 4. На основе имеющихся данных оцените эффективность рекламы предприятия:

Показатели	Значение
Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	430
Темп прироста товарооборота за рекламный период, %	3,00
Торговая наценка, %	30,00
Расходы на рекламу, тыс. руб.	280
Продолжительность рекламной акции, мес.	8
Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, тыс. руб.	
Экономический эффект рекламы, тыс. руб.	
Рентабельность рекламирования товара, %	

Вариант № 5

Задача 1. По следующим данным определите эффективность рекламы:

а) прирост прибыли магазина составил 325 тыс. руб.;

б) расходы на рекламу складывались следующим образом: рекламное объявление в прессе: тариф на 1 см газетной площади – 550руб., объявления занимают общую площадь 180 см²; телевизионная реклама: тариф за 1 мин демонстрации по TV – 4 тыс. руб.; заключен договор на 8 дней показа по 4 мин в день; прямая почтовая реклама: разослано 200 тыс. рекламных листовок; изготовление (печатаение) обошлось по 2,1 руб. /шт.; рассылка стоила 4 руб./шт.

Задача 2. Четыре хорошо известные фирмы (А, В, С,) продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка. Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой фирмой. Занести результаты в таблицу. Сделайте вывод.



Название фирмы	Расхода на рекламу млн.руб.	Доля рынка, %	Доля голоса, %	Коэффициент эффективности рекламы
А	2.3	42.3		
В	0.8	30.4		
С	1.6	27.3		
Итого		100,0		

Задача 3. Определите сколько средств необходимо выделить фирме на рекламную кампанию с учетом следующих данных

Наименование журналов и газет	Количество рекламных объявлений в год, всего	Размер и число объявлений в цвете	Размер черно-белого объявления, стр.	Цена объявления за страницу (черно-белые, цветные), руб.
«Маркетинг»	14	9*1/2	1/8	380;490
«Маркетинг в России и за рубежом»	10	5*1/8	1/4	365; 540
«Экономика и жизнь»	24	-	1/4	250; 375

Задача 4. На основе имеющихся данных оцените эффективность рекламы предприятия:

Показатели	Значение
Среднедневной товарооборот до рекламного периода, тыс. руб.	385
Темп прироста товарооборота за рекламный период, %	4,00
Торговая наценка, %	25,00
Расходы на рекламу, тыс. руб.	250
Продолжительность рекламной акции, мес.	5
Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, тыс. руб.	
Экономический эффект рекламы, тыс. руб.	
Рентабельность рекламирования товара, %	

3.2.4. Пример вопросов для проведения опроса (в том числе письменного), дискуссии (по вопросам лекционного курса, в том числе по темам изучаемым в рамках самостоятельно работы)

При составлении письменного задания вопросы комбинируются по вариантам путем выбора вопросов и соответствующего списка.



Тема 1. «Основные элементы инфраструктуры рынка и показатели характеризующие их эффективность»

1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность, показатели оценки эффективности и стандарты их отражения в организации.

2. Основные элементы инфраструктуры рынка и показатели, отражающие эффективность ее в соответствии с принятыми стандартами.

3. Основные задачи, функции инфраструктуры рынка и показатели, характеризующие их эффективность.

Тема 2. «Сущность, задачи и цели организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка и возможности ее совершенствования»

4. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (биржи): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

5. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (банки): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

6. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (аудиторские компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

7. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (страховые компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

8. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (консалтинговые компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

Тема 3. «Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий с учетом критерия экономической эффективности»

9. Коммерческие риски, способы их уменьшения и оценки.

10. Система показателей анализа и эффективности коммерческой деятельности инфраструктуры рынка.

11. Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею.

12. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли (стандарты отражения экономической информации).

13. Роль передовых технологий и электронной коммерции в совершенствовании коммерческой деятельности предприятий.



14. Алгоритм принятия управленческих решений по реализации бизнес-операций, её ресурсное обеспечение, и оценка результативности.

15. Система государственного регулирования рыночного хозяйства и стимулирования бизнеса.

Тема 4. «Оперативное и стратегическое планирование результатов коммерческой деятельности предприятия»

16. Формирование и развитие производственного ассортимента товаров: алгоритм принятия управленческих решений по формированию, оценка результативности, влияние на величину риска предпринимательской деятельности.

17. Технология планирования товарного ассортимента предприятия: методология, теория, практика (примеры), показатели эффективности (основы маржинального анализа, производственный левверидж, финансовая прочность).

18. Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке: подходы к критическому анализу, алгоритм принятия решений и оценка результативности.

19. Организация системы сбыта: организационные формы, методы сбыта/продажи товаров, способы расчета показателей эффективности и отражения в экономических планах в соответствии со стандартами предприятия.

Тема 5. Особенности формирования ассортиментной политики предприятия и оценки ее эффективности.

20. Особенности анализа товарного ассортимента потребительских товаров, способы расчета показателей оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами.

21. Алгоритм обоснования, принятия и реализации управленческих решений по формированию закупочной деятельности.

22. Этапы процесса закупок: планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок.

23. Этапы процесса закупок: процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен.

Тема 6. Особенности организации товародвижения и продажи товаров

24. Базисные условия поставки товаров и договорные отношения с контрагентами, направления совершенствования, способы оценки результативности, влияние на показатели плана.

25. Организации контроля за исполнением договорных обязательств, способы оценки и показатели эффективности.

26. Обоснование и принятие управленческих решений по формированию организационной структуры управления оптовым торговым



предприятием.

27. Подходы к анализу и стратегическому планированию развития оптовой торговой сети, ее структуры и функций.

Тема 7. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.

27. Особенности организации товародвижения в оптовой торговле и механизмы совершенствования товародвижения с учетом выбранного критерия эффективности.

29. Доставка товаров, их приемка и хранение на складе: процедура, условия реализации, способы совершенствования и показатели оценки результативности.

30. Комплекс торговых операций, связанных с приемкой, размещение и хранением товаров: организационный и экономический базис.

31. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе в соответствии с принятыми в организации стандартами.

32. Формы транспортного обслуживания потребителей и методы расчета транспортных расходов и механизмы совершенствования транспортной логистики.

33. Введение документации по транспортным перевозкам грузов в соответствии с принятыми в организации стандартами.

Тема 8. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле.

34. Товароснабжение как основа торгово-коммерческого процесса, способы оценки и обоснования управленческих решений по минимизации издержек обращения.

35. Значение и автономные функции товароснабжения в торгово-коммерческом процессе при формировании затратной политики предприятия.

36. Ведение учета движения потребительских товаров в соответствии с принятыми в организации стандартами.

37. Затраты при хранении товаров на складе торгового предприятия и складские показатели (средний запас, частота оборачиваемости, срок хранения).

38. Методы розничной продажи товаров и их результативность.

Тема 9. Коммерческие инновации.

39. Нововведения в организации и технологии коммерции.

40. Влияние коммерческой инновации на эффективность деятельности предприятия.

41. Инвестиции в коммерческой инновации.



3.2.5. Пример ситуационной задачи: Сценарий учебно-деловой игры по теме «Анализ эффективности коммерческой деятельности организации»

По балансовым данным торгового предприятия рассчитываются базовые показатели эффективности коммерческой деятельности:

Прибыль маржинальная = Выручка – Переменные издержки,

Коэффициент прибыли маржинальной = Прибыль маржинальная / Выручку,

Эффект операционного рычага = Прибыль маржинальная / Прибыль от реализации,

Порог рентабельности = Постоянные издержки / Коэффициент прибыли маржинальной,

Запас финансовой прочности = Выручка – Порог рентабельности,

Собственные оборотные средства = Собственный капитал + Долгосрочные пассивы – Внеоборотные активы = Оборотные активы – Краткосрочные пассивы,

Агрессивная политика = СОС = производственным запасам + незавершенное производство,

Умеренная политика = СОС = тоже + готовая продукция + дебиторская задолженность,

Консервативная политика = СОС = оборотным активам,

Рентабельность продаж = Прибыль чистая / Выручку и т.д.

(набор показателей оценки варьируется в зависимости от используемой информационной базы и стандартов отражения результатов коммерческой деятельности в экономических планах предприятия конкретной отраслевой принадлежности), определяются параметры финансовой эффективности и в соответствии с ролевыми функциями (представитель предприятия - менеджер, представитель предприятия - собственник, контрагент - покупатель, контрагент - поставщик, банк-кредитор, страховая компания):

- критически оцениваются результаты коммерческой деятельности и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятия, критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;

- моделируется и проектируется коммерческая деятельность предприятия на рынке товаров и решается задача совершенствования товародвижения предприятия с учетом выбранного критерия социально-экономической эффективности для каждой ролевой группы;

- обосновывается, выбирается и описывается организационный алгоритм принятия управленческого решения по совершенствованию процесса товародвижения.



3.2.6. Вопросы и темы семестровых работ для самостоятельной подготовке к экзамену

1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность, показатели оценки эффективности и стандарты их отражения в организации.

2. Основные элементы инфраструктуры рынка и показатели, отражающие эффективность ее в соответствии с принятыми стандартами.

3. Основные задачи, функции инфраструктуры рынка и показатели, характеризующие их эффективность.

4. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (биржи): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

5. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (банки): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

6. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (аудиторские компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

7. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (страховые компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

8. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (консалтинговые компании): примеры, особенности, экономические характеристики, показатели и стандарты отчетности.

9. Понятие, сущность коммерческой деятельности и показатели, характеризующие её эффективность.

10. Субъекты и объекты коммерческой деятельности и показатели, характеризующие их эффективность.

11. Коммерческие риски, способы их уменьшения и оценки.

12. Классификация рыночных инфраструктур по видам, функциям показатели, характеризующие их эффективность.

13. Классификация рыночных инфраструктур по организационному построению и формам собственности.

14. Система показателей анализа и эффективности коммерческой деятельности инфраструктуры рынка.

15. Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия, показатели, характеризующие эффективность её деятельности.

16. Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею.

17. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли (стандарты отражения



экономической информации).

18. Технология и индустрия распространения коммерческой информации: виды, роль, стандарты и показатели эффективности.

19. Роль передовых технологий и электронной коммерции в совершенствовании коммерческой деятельности предприятий.

20. Оперативный бизнес-план, как основной инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности и критерии оценки эффективности его исполнения.

21. Алгоритм принятия управленческих решений по реализации бизнес-операций, её ресурсное обеспечение, и оценка результативности.

22. Система государственного регулирования рыночного хозяйства и стимулирования бизнеса.

23. Базовые подходы к анализу и стратегическому планированию коммерческой деятельности предприятия, а также особенности организации коммерческой деятельности различными субъектами инфраструктуры рынка.

24. Формирование и развитие производственного ассортимента товаров: алгоритм принятия управленческих решений по формированию, оценка результативности, влияние на величину риска предпринимательской деятельности.

25. Технология планирования товарного ассортимента предприятия: методология, теория, практика (примеры), показатели эффективности (основы маржинального анализа, производственный леверидж, финансовая прочность).

26. Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке: подходы к критическому анализу, алгоритм принятия решений и оценка результативности.

27. Организация системы сбыта: организационные формы, методы сбыта/продажи товаров, способы расчета показателей эффективности и отражения в экономических планах в соответствии со стандартами предприятия.

28. Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятий, основ формирования затратной политики и способы оценки ее эффективности.

29. Базисные условия поставки товаров и договорные отношения с контрагентами, направления совершенствования, способы оценки результативности, влияние на показатели плана.

30. Организации контроля за исполнением договорных обязательств, способы оценки и показатели эффективности.

31. Принятия и обоснование целесообразности управленческих



решений по формированию управления коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.

32. Обоснование и принятие управленческих решений по формированию организационной структуры управления оптовым торговым предприятием.

33. Подходы к анализу и стратегическому планированию развития оптовой торговой сети, ее структуры и функций.

34. Способы организации складского хозяйства в оптовой торговле и механизмы совершенствования оптовой коммерческой деятельности с учетом выбранного критерия эффективности.

35. Особенности организации товародвижения в оптовой торговле и механизмы совершенствования товародвижения с учетом выбранного критерия эффективности.

36. Принципы, формы и каналы товародвижения в розничной и оптовой торговле, показатели оценки эффективности, способы расчета и стандарты отражения в экономических планах.

37. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения.

38. Доставка товаров, их приемка и хранение на складе: процедура, условия реализации, способы совершенствования и показатели оценки результативности.

39. Доставка товаров от поставщиков на склад, этапы и оценка коммерческих условий их выполнения.

40. Комплекс торговых операций, связанных с приемкой, размещение и хранением товаров: организационный и экономический базис.

41. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе в соответствии с принятыми в организации стандартами.

42. Значение работы по выполнению заказов товарополучателей, оценка влияния на экономические показатели плана предприятий.

43. Порядок оформления заказов, их продвижение и мероприятия по осуществлению.

44. Содержание торговых операций по подготовке заказа к отгрузке.

45. Доставка грузов потребителю: способы, коммерческие условия и анализ затрат, способы расчета показателей плана.

46. Формы транспортного обслуживания потребителей и методы расчета транспортных расходов и механизмы совершенствования транспортной логистики.

47. Пути оптимизации маршрутов доставки грузов: направления совершенствования, показатели оценки эффективности.

48. Пути оптимизации маршрутов доставки грузов: контроль за соблюдением реализации мероприятий оптимизации.



49. Введение документации по транспортным перевозкам грузов в соответствии с принятыми в организации стандартами.

50. Система управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (предприятия).

51. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации.

52. Анализ рынка потребительских товаров как необходимое условие развития коммерческой деятельности.

53. Алгоритм обоснования, принятия и реализации управленческих решений по формированию розничной торговой сети.

54. Организационно-экономические характеристики типов розничных торговых предприятий.

55. Особенности анализа товарного ассортимента потребительских товаров, способы расчета показателей оценки его эффективности в соответствии с принятыми в организации стандартами.

56. Алгоритм обоснования, принятия и реализации управленческих решений по формированию закупочной деятельности.

57. Этапы процесса закупок: планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок.

58. Этапы процесса закупок: процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен.

59. Товароснабжение как основа торгово-коммерческого процесса, способы оценки и обоснования управленческих решений по минимизации издержек обращения.

60. Значение и автономные функции товароснабжения в торгово-коммерческом процессе при формировании затратной политики предприятия.

61. Элементы товародвижения и товароснабжения, их издержки, показатели оценки, способы расчета и особенности отражения в стандартах предприятия.

62. Источники и условия поступления товаров в торговую сеть.

63. Организация торгового процесса и возможности его совершенствования.

64. Суть торгово-коммерческого процесса в розничном торговом предприятии, актуальные механизмы и направления совершенствования.

65. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

66. Ведение учета движения потребительских товаров в соответствии с принятыми в организации стандартами.

67. Затраты при хранении товаров на складе торгового предприятия и



складские показатели (средний запас, частота оборачиваемости, срок хранения).

68. Продажа товаров, ее понятие как розничной купли-продажи.

69. Факторы, обуславливающие продажу.

70. Методы розничной продажи товаров и их результативность.

71. Нововведения в организации и технологии коммерции.

72. Влияние коммерческой инновации на эффективность деятельности предприятия.

73. Инвестиции в коммерческой инновации.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Критерии оценивания экзамена

*Критерии оценивания теста: каждый правильный ответ – 1 балл.
Максимальное количество баллов – 12.*

Критерии оценивания тестового задания:

<i>Характеристики</i>	<i>Баллы</i>
<i>Решение от 1 до 3 вопросов</i>	<i>2 балла (неуд.)</i>
<i>Решение от 4 до 6 вопросов</i>	<i>3 балла (удов.)</i>
<i>Решение от 7 до 9 вопросов</i>	<i>4 балла (хор.)</i>
<i>Решение от 10 до 12 вопросов</i>	<i>5 баллов (отл.)</i>

*Критерии оценивания эссе (открытых вопросов): каждый правильный полный ответ – 1 балл, не полный ответ – 0,5 балла.
Максимальное количество баллов – 3.*

<i>Характеристики</i>	<i>Баллы</i>
<i>Отсутствие ответа</i>	<i>0 баллов</i>
<i>Не полный ответ на один вопрос</i>	<i>0,5 балла</i>
<i>Полный ответ на один вопрос</i>	<i>1 балл</i>

Критерии оценивания ответов на вопросы задания:

<i>Характеристики</i>	<i>Баллы</i>
<i>Отсутствие баллов за ответы</i>	<i>2 балла (неуд.)</i>
<i>От 0,5 до 1,0 балла</i>	<i>3 балла (удов.)</i>
<i>От 1,5 до 2,0 баллов</i>	<i>4 балла (хор.)</i>
<i>От 2,5 до 3,0 баллов</i>	<i>5 баллов (отл.)</i>

Критерии оценивания решения задачи: каждая правильно решенная задача – 7 баллов, не полное решение задачи или неправильный ответ – 0,5 балла. Максимальное количество баллов – 3.



Критерии оценивания решений задач:

<i>Характеристики</i>	<i>Баллы</i>
<i>Отсутствие решения</i>	<i>0 баллов</i>
<i>Решение задачи на пороговом уровне</i>	<i>3 балла</i>
<i>Решение задачи на базовом уровне</i>	<i>5 баллов</i>
<i>Решение задачи на продвинутом уровне</i>	<i>7 баллов</i>

Итоговый балл рассчитывается по формуле $S=(S1+S2+S3)/3$, где $S1$, $S2$, $S3$ – баллы, полученные за 1, 2 и 3 этапы экзамена, S – итоговый балл.

Шкала оценок:

[0-2,0) баллов – не удовлетворительно;

[2,5-3,0) баллов – удовлетворительно;

[3,5-4,0) – «хорошо»;

[4,5-5,0] – «отлично»;

[более 5,0] – «отлично» с устным поощрением образовательных заслуг.