

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Вадимович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 17.09.2025 09:44:43  
Уникальный программный ключ:  
04c19ed8bb98f3b6cb77a486b9a8788b8322525



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО  
«ЧелГУ») Факультет экономики и управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 1 из 24	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств  
для промежуточной аттестации  
по дисциплине**

Коммерция промышленной продукции

**Направление подготовки (специальность)**

38.03.02 Менеджмент

**Направленность (профиль)  
«Маркетинг и логистика в бизнесе»**

**Присваиваемая квалификация (степень)  
бакалавр**

**Форма обучения  
очная**

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО  
«ЧелГУ») Факультет экономики и управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## Содержание

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ
  - 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной
3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
  - 3.1 Виды оценочных средств
  - 3.2 Содержание оценочных средств
4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
  - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации (зачета)
  - 4.2 Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств
  - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО  
«ЧелГУ») Факультет экономики и управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *38.03.02 Менеджмент*

Направленность (профиль):

*Маркетинг и логистика в бизнесе*

Дисциплина: **Коммерция промышленной продукции**

Семестр (семестры) изучения: *7*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

Для оценки результатов изучения дисциплины используется **балльно-рейтинговая система**.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «**Коммерция промышленной продукции**» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компет. (по ФГОС)	Содержание компетенций, согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<b>УК-10</b>	- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<b>Знать</b> – базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. <b>Уметь</b> – применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. <b>Владеть</b> – Финансовыми инструментами для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1 Виды оценочных средств\*

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации
1	<b>УК-10</b> <b>Знать</b> – особенности эволюции концепции коммерческой деятельности промышленного предприятия. <b>Уметь</b> – анализировать основные этапы развития концепции коммерческой деятельности промышленного предприятия. <b>Владеть</b> – способностью оценки специфических особенностей концепции коммерческой деятельности промышленного предприятия.	Концепция коммерческой деятельности промышленного предприятия	Конспект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)	Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-10
2	<b>УК-10</b> <b>Знать</b> – особенности рынка товаров промышленного назначения. <b>Уметь</b> – анализировать внешнюю и внутреннюю среды промышленной продукции. <b>Владеть</b> – способностью оценки номенклатуры продукции промышленного назначения.	Концепция коммерческой посреднической деятельности	Конспект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)	Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-10
3	<b>УК-10</b>	Структурное	Блок-	Закрытый тест,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	<p><b>Знать</b> – особенности построение коммерческих служб предприятий.</p> <p><b>Уметь</b> – анализировать основные функции коммерческих служб предприятий.</p> <p><b>Владеть</b> – способностью оценки деятельности коммерческих служб предприятий.</p>	<p>построение коммерческих служб предприятий и их основные функции</p>	<p>схема, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)</p>	<p>Теоретические вопросы к зачету №1-15</p>
4	<p><b>УК-10</b></p> <p><b>Знать</b> – характеристики продукции промышленного назначения.</p> <p><b>Уметь</b> – анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на материальное обеспечение производства.</p> <p><b>Владеть</b> – способностью оценки основных этапов планирования материального обеспечения производства</p>	<p>Планирование материального обеспечения производства</p>	<p>Конспект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)</p>	<p>Теоретические вопросы к зачету №1-20</p>
5	<p><b>УК-10</b></p> <p><b>Знать</b> – особенности формы коммерческих связей и виды договорных обязательств на промышленном предприятии.</p> <p><b>Уметь</b> – управлять процессом разработки закупки материальных ресурсов на промышленном предприятии.</p> <p><b>Владеть</b> – умением оценивать коммерческую</p>	<p>Коммерческая деятельность по закупкам материальных ресурсов на промышленном предприятии</p>	<p>Проект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)</p>	<p>Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-25</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

ситуацию на рынке.				
6	<p><b>УК-10</b> <b>Знать</b> – особенности формирования сбытовой деятельности. <b>Уметь</b> – анализировать факторы, влияющие на ассортиментную политику и продвижение продукции. <b>Владеть</b> – способностью формирования технологий сбыта продукции на промышленном предприятии.</p>	Коммерческая деятельность по сбыту продукции на промышленном предприятии	Проект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)	Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-30
7	<p><b>УК-10</b> <b>Знать</b> – особенности документального оформления оперативно-сбытовой деятельности. <b>Уметь</b> – анализировать факторы, влияющие на ассортиментную политику и продвижение продукции. <b>Владеть</b> – способностью формирования технологий сбыта продукции на промышленном предприятии.</p>	Документальное оформление оперативно-сбытовой деятельности	Деловая игра, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)	Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-35
8	<p><b>УК-10</b> <b>Знать</b> – особенности анализа коммерческой деятельности на предприятии и его методы. <b>Уметь</b> – формировать общие принципы административного регламента по организации анализа коммерческой деятельности на</p>	Анализ коммерческой деятельности на предприятии	Конспект, открытый тест, вопросы для устного опроса (собеседования)	Закрытый тест, Теоретические вопросы к зачету №1-40



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 7 из 24	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
промышленном предприятии. <b>Владеть</b> – навыками стратегии контроля за аналитической деятельности промышленного предприятия			
<b>УК-10</b>	Итоговое задание по дисциплине	Закрытый тест	Закрытый тест

*\*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 Содержание оценочных средств

Оценочные средства промежуточной аттестации представлены базой вопросов для тестирования, теоретических вопросов для собеседования и практическими заданиями.

#### 3.2.1 База вопросов для открытого тестирования<sup>1</sup>

№ п/п	Формулировка вопроса
1.	Принципы коммерческой деятельности.
2.	Субъекты и объекты коммерческой деятельности
3.	Сущность коммерческой деятельности на промышленном предприятии
4.	Концепция коммерческо-посреднической деятельности
5.	Организационно-правовые формы предприятия
6.	Организационные формы объединения предприятий
7.	Основные функции коммерческой службы предприятия
8.	Организационная структура коммерческой службы предприятия
9.	Принципы формирования организационной структуры коммерческой службы предприятия.
10.	Совершенствование организационной структуры коммерческой службы предприятия

<sup>1</sup> Тесты открытые со свободным кратким ответом



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

11.	Сущность планирования обеспечения предприятия материальными ресурсами
12.	Изучение рынка сырья и материалов
13.	Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов
14.	Определение потребности производственных цехов в материальных ресурсах
15.	Документальное оформление выдачи материалов и доставки их в цех
16.	Организация коммерческих связей и выбор поставщика
17.	Базисные условия поставки товаров
18.	Основные формы расчетов при закупке товаров
19.	Роль сбыта продукции на предприятии
20.	Планирование ассортимента продукции
21.	Планирование сбыта продукции
22.	Организация оперативно-сбытовой работы
23.	Анализ закупочной коммерческой деятельности
24.	Анализ сбытовой деятельности предприятия
25.	Природа промышленных рынков и их характеристика.
26.	Отличительные особенности потребности организации в товарах производственно-технического назначения.
27.	Характеристика промышленного потребителя.
28.	Основные факторы, влияющие на покупателей товаров производственно-технического назначения.
29.	Особенности принятия решения о закупке товаров промышленного назначения.
30.	Рыночная среда фирм-производителей товаров производственно-технического назначения.
31.	Сегментирование промышленного рынка.
32.	Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных товаров.
33.	Отличительные особенности промышленных посредников.
34.	Основные принципы коммерческой деятельности.
35.	Сущность коммерческой деятельности на промышленном предприятии.
36.	Организационные формы промышленного предприятия и его объединений.
37.	Организация управления коммерческой деятельностью на промышленном предприятии.
38.	Структурное построение коммерческих служб предприятий и их



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

основные функции.

- |     |  |
|-----|--|
| 39. | Коммерческая деятельность по закупкам материальных ресурсов на промышленном предприятии. |
| 40. | Коммерческая деятельность по сбыту продукции на промышленном предприятии.                |

### 3.2.2 База контрольных заданий<sup>2</sup>

№ п/п	Формулировка задания	
	Тема задания	Вопросы задания
1	<b>Конспект</b> (подготовить материал в объеме от 5 до 10 страниц печатного текста) по теме: <b>Концепция коммерческой деятельности промышленного предприятия</b>	1. Классификация отраслей и сфер экономической деятельности. 2. Общие принципы концепции коммерческой деятельности промышленного предприятия: анализ рынка; комплекс маркетинга; организация и управление коммерцией. 3. Специфические черты концепции коммерческой деятельности промышленного предприятия <b>*Дополнительные темы для самостоятельной разработки и дополнительного доклада:</b> - Принципы коммерческой деятельности. - Сущность коммерческой деятельности на промышленном предприятии. - Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
2	<b>Конспект</b> (подготовить материал в объеме от 5 до 10 страниц печатного текста) по теме: <b>Концепция коммерческо-посреднической деятельности</b>	1. Характеристика рынка товаров промышленного назначения. 2. Внешняя и внутренняя среда промышленной продукции. 3. Характеристика покупателей на рынке товаров промышленного назначения.

<sup>2</sup> Задания выполняются в свободное от аудиторных занятий и требуют обязательного оформления



		<p>4. Классификация продукции промышленного назначения. <b>*Дополнительные темы для самостоятельной разработки и дополнительного доклада:</b> - Организационно-правовые формы предприятия. - Организационные формы объединения предприятий.</p>
3	<p><b>Блок-схема</b> (представить в виде презентации или наглядного изображения) по теме: <b>Структурное построение коммерческих служб предприятий и их основные функции</b></p>	<p>Используя теоретико-методологические основы функций коммерческих служб промышленного предприятия, разработать и представить блок-схему "Классификация коммерческих служб по виду ассортимента промышленной продукции". Рассмотреть особенности позиционирования промышленного предприятия.</p>
4	<p><b>Конспект</b> (подготовить материал в объеме от 5 до 10 страниц печатного текста) по теме: <b>Планирование материального обеспечения производства</b></p>	<p>1. Характеристика продукции промышленного назначения. 2. Внешние и внутренние факторы, влияющие на материальное обеспечение производства. 3. Основные этапы планирования материального обеспечения производства. <b>*Дополнительные темы для самостоятельной разработки и дополнительного доклада:</b> - Базисные условия поставки товаров. - Основные формы расчетов при закупке товаров. - Планирование ассортимента продукции.</p>
5	<p><b>Проект</b> (представить в виде презентации или печатного материала) по теме:</p>	<p>Используя теоретико-методологические организацию коммерческой деятельности,</p>



	<b>Коммерческая деятельность по закупкам материальных ресурсов на промышленном предприятии</b>	разработать и представить проект «Применение инструментов коммерции по закупкам материальных ресурсов на промышленном предприятии».
6	<b>Проект</b> (представить в виде презентации или печатного материала) по теме: <b>Коммерческая деятельность по сбыту продукции на промышленном предприятии</b>	Используя теоретико-методологические организационные основы коммерческой деятельности, разработать и представить проект «Применение инструментов коммерции по сбыту материальных ресурсов на промышленном предприятии».
7	<b>Деловая ситуация</b> (подготовить сценарий в виде печатного текста, выделить аудиторию, распределение ролей между участниками, уточнить игровое время, обозначить искомые результаты) по теме: <b>Документальное оформление оперативно-сбытовой деятельности</b>	Используя теоретико-методологические основы документального оформления оперативно-сбытовой деятельности, коммерческих связей и договорных обязательств, разработать и представить сценарий деловой ситуации с учетом улучшения обслуживания и повышения удовлетворенности клиентов.
8	<b>Конспект</b> (подготовить материал в объеме от 5 до 10 страниц печатного текста) по теме: <b>Анализ коммерческой деятельности на предприятии</b>	1. Анализ и его методы. 2. Общие принципы административного регламента по организации анализа коммерческой деятельности на промышленном предприятии. 3. Специфические черты аналитической деятельности промышленного предприятия. <b>*Дополнительные темы для самостоятельной разработки и дополнительного доклада:</b> - Анализ закупочной коммерческой деятельности. - Анализ сбытовой деятельности



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

предприятия.  
- Отличительные особенности  
потребности организации в товарах  
производственно-технического  
назначения.  
- Основные формы расчетов.

### 3.2.3 База вопросов итогового теста<sup>3</sup>

1. Под «коммерцией» понимают:

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

2. Целью коммерческой стратегии является:

- определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;
- определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;
- разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

<sup>3</sup> В тестовых заданиях необходимо выделить верный ответ



3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

- с куплей товаров и/или услуг;
- с продажей товаров и/или услуг;
- с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.**

4. Что является объектом коммерческой деятельности?

- товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- реклама; представительские услуги;
- аудит; консалтинг;
- товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг**

5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- реальное воплощение товара;
- замысел товара;**
- дополнение к товару;
- доставка товара;
- использование товара.

6. К коммерческим организациям не относятся:

- хозяйственные товарищества и общества;
- производственные кооперативы;
- потребительские кооперативы;**
- государственные унитарные предприятия

7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка



конкурентоспособности предприятия;

**-установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;**

-установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;

-установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

-отдел координации закупок и продаж;

-отдел транспорта и таможенных операций;

**-отдел маркетинга и цен;**

-отдел рекламы;

-отдел работы с посредниками;

-все вышеперечисленные варианты верны

9. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

-изучение рынков;

**-изучение рынков поставщиков и потребителей;**

-разработка контрактов с определением цен

10. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

-в организации торгового обслуживания покупателей;

-в организации товаров;

**-в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;**

-в формировании ассортимента товаров.

11. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

**-то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;**

-то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную



ВЫГОДУ;

- то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

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

- розничная продажа;
- оптовая продажа;
- стимулирование сбыта;**
- сезонные скидки

13. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- коммерческим организациям;**
- некоммерческим организациям;

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

- скидки с цены;
- премии;**
- распространение купонов;
- бесплатные образцы товаров
- нет правильного ответа

15. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе:

- маркетинга;
- сбыта;
- услуг;
- кадров**

16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- цена и качество;**
- скидки и доступность информации;
- принадлежность к одной отрасли



17. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- контакты с поставщиками;**
- технические справочники;
- опрос экспертов

18. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- производитель – потребитель;
- производитель – посредник – потребитель;
- производитель – оптовый торговец – розница – потребитель**

19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- разработка каталогов и прейскурантов;
- доставка товара к месту продажи;**
- распаковка и расконсервация;
- подготовка товара к продаже;

20. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;**
- поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

21. Торговый ассортимент представляет собой:

- совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;**
- совокупность товаров, находящихся на рынке;
- совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной



торговли:

- ассортимент товаров; величина предприятия;
- способ продаж; объем услуг;
- расположение; организационно правовая форма;
- ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;**
- величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

23. Что такое «широта» ассортимента?

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

24. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- внутриотраслевые;
- межотраслевые;
- прямые;**
- опосредованные;
- длительные.

25. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;**
- согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

26. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относятся:

**-игры;**

-премии лучшим торговым работникам;

-проведение конференций продавцов;

-моральные поощрения

27. Какой вид сервиса не существует?

-предпродажный;

-послепродажный;

**-внутрипродажный;**

-все вышеперечисленные варианты верны

28. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

-материально-техническое обеспечение;

-производственные;

-финансовые;

-информационные;

**-материально-техническое обеспечение; производственные;**

**финансовые; информационные.**

29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада:

-личный отбор товара на складе;

-по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;

-через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);

-с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;

**-личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.**

30. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- деловая реклама, личные продажи, наружная реклама;
- личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта;
- наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз;
- деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

## 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в виде **трех этапов**. Для этого необходимо: пройти открытое тестирование; подготовить контрольные задания; выполнить итоговый тест.

**На первом этапе** студент кратко отвечает на открытые три тестовых вопроса (полученных случайным выбором). Продолжительность – 30 минут. Тесты, открытые со свободным ответом, не предполагают вариантов ответа, правильный ответ требуется написать самостоятельно.

Вопросы для тестирования (открытые тесты) оцениваются владением понятийным аппаратом, знанием и умением формулировать и анализировать проблемы предметного характера в конкретных ситуациях.

**На втором этапе** студент демонстрирует выполнение контрольных заданий. Задания по всем основным темам дисциплины выполняются в свободное от аудиторных занятий время, требуют обязательного оформления и демонстрации. Продолжительность демонстрации выполненных заданий – 10 минут.

Контрольное задание оценивается преподавателем.

**На третьем этапе** студент выполняет итоговый тест. Тест представлен в виде закрытых вопросов, при ответе предполагается выбор правильного варианта из предложенных (тестовые задания имеют **ЕДИНСТВЕННЫЙ** верный вариант ответа). Продолжительность – 10 минут. Итоговый тест студентом выполняется в виде **компьютерного тестирования** по дисциплине «**Коммерция промышленной продукции**». Тестирование проверяет знания студентов по изученным темам дисциплины. Контрольное тестирование выполняется в компьютерном классе в присутствии преподавателя. Сроки выполнения тестирования – согласовываются с преподавателем. Тестовые задания размещены в системе



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

MOODLE. Чтобы получить в нее доступ, необходимо зарегистрироваться.  
Для этого следует зайти на главную страницу сайта <http://moodle.uio.csu.ru>.

Оценочные средства представлены:

- базой открытых вопросов для тестирования;
- контрольными заданиями в виде: выполнение конспекта, в блок-схемы, проекта, сценария деловой ситуации;
- итоговым тестом.

## 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

### 4.2.1. Критерии оценивания теоретического вопроса

Характеристика знаний, умений и навыков	Характеристика устного ответа	Баллы
Знает и свободно владеет материалом и использует в анализе практических ситуаций	Ответ последовательный, вывод четкий, логичный	30
Знает и умеет применять теорию на практике, но допускает неточности	Ответ последовательный вывод ясен	20
Знает или имеет представление о теории, но допускает ошибки	Ответ недостаточно последователен, вывод неясен	10
Не знает теории, в том числе понятий по теме задания	Нет ответа или ответ неудовлетворительный	0

Каждый правильный ответ на тестовый вопрос – 10 баллов.  
Максимальное количество баллов – 30.

### 4.2.2. Критерии оценивания контрольных заданий

Критерии оценивания контрольных заданий (**обязательное выполнение всех заданий по дисциплине**):

Характеристики выполненных заданий	Баллы
Максимальный балл за выполненные задания (4 заданий по 9 тах баллов) и дополнительные самостоятельные выступления	40



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 21 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

в виде доклада (4 балла - доклад по 1 баллу)		
Выполненные задания полностью соответствуют заявленным темам, имеют понятный интерфейс, материал четко структурирован, оформлен эстетично; выделена теоретическая значимость обсуждаемого материала и его практическая ценность (4 заданий по 9 max баллов)		36
Выполненные задания полностью соответствуют заявленным темам, имеют понятный интерфейс, материал четко структурирован. Имеющиеся ошибки незначительны (4 заданий по 7 балла)		28
Выполненные задания соответствует заявленным темам, но есть небольшие замечания по раскрытию материала и интерфейсу (4 заданий по 4 балла)		16
Представленные материалы не соответствуют заданию		0

- **Круглый стол (дискуссия)** - студент для участия в круглом столе подготавливает **конспект**, где материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; в дискуссии показывает умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами; высказывает свою точку зрения; проявляет сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков.

- **Разработка блок-схемы** – студент разрабатывает **блок-схему**, где наглядно представлен материал по теме; демонстрирует знание и свободное владение фактическим материалом по теме; умеет использовать понятийный аппарат при анализе заявленной проблемы.

- **Деловая ситуация (деловая игра)** - студент легко ориентируется в содержании учебного материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения; предполагает грамотное, логическое изложение своей позиции; поведение игрока естественное, речь уверенная, в ходе игры использует наглядные материалы (реквизит, слайды).

- **Разработка проекта** – студент представляет в виде презентации или печатного материала **проектную работу**, в которой разработан алгоритм решения поставленной в задании проблемы. Студент отвечает на проблемные вопросы; участвует в коллективных обсуждениях в ходе защиты проекта. Результаты работы, могут быть представлены при помощи компьютерных средств, оформлены в соответствии с правилами; устное выступление участника логично; выступление подкреплено презентацией



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

или публикацией; в ходе устного выступления даны ответы на все дополнительные вопросы аудитории.

Демонстрация и защита контрольных заданий (четыре заданий) оценивается до 40 баллов (**максимальное количество баллов**).

#### 4.2.3. Критерии оценивания итогового теста:

30 баллов	20 баллов	10 баллов	5 баллов	0 баллов
20	18	15	10	менее 10
выполненных заданий (100%)	выполненных заданий (90%)	выполненных заданий (75%)	выполненных заданий (50%)	выполненных заданий

Максимальное количество баллов – 30.

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

##### Знать:

- базовые принципы функционирования бухгалтерского учета и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

##### Уметь:

– принимать обоснованные экономические решения в области бухгалтерского учета.

##### Владеть:

- владеть навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности, основанных на методах личного экономического и финансового планирования.

Зачтено			Незачтено
<b>Высокий</b> уровень освоения проверяемых компетенций	<b>Средний</b> уровень освоения проверяемых компетенций	<b>Базовый</b> уровень освоения проверяемых компетенций	<b>Недостаточный</b> уровень освоения проверяемых компетенций

#### 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При итоговой оценке сформированности компетенций у обучающихся *очно-заочного* отделения в рамках дисциплины «Коммерция



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 23 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

**промышленной продукции»** применяется балльно-рейтинговая система оценки.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации.

При успешном (удовлетворительном) усвоении дисциплины и получении итоговой оценки - критериальный показатель – **зачтено**.

Критерии итоговой оценки

«Зачтено» - студент обнаруживает систематические и глубокие знания по темам дисциплины; владеет материалами основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой курса; глубоко понимает взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

«Незачтено» - студент обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса, не понимает специфику количественных и качественных методов, фундаментальных и прикладных исследований.

Таблица перевода итоговых баллов в традиционную (пятибалльную) систему оценок:

Баллы	Оценка
100 - 61	Зачтено
60 - 0	Незачтено

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

**Уровни сформированности компетенций** определяется следующим образом:

1. **Высокий уровень** сформированности компетенций:

- студент проявляет формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности. Владеет системными знаниями техники общения как совокупности



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет управления  
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммерция промышленной продукции» по направлению подготовки  
(специальности) 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 24 из 24

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

конкретных коммуникативных приемов, с применением эффективных стратегий делового общения.

- студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать проблемные вопросы, критически оценивать информацию о состоянии и проблемах развития обратной связи в межличностном общении, формулировать собственные выводы.

## 2. Средний уровень сформированности компетенций:

- студент показывает готовность применять системные знания по осуществлению деловых коммуникаций, умения и навыки внедрять формы делового общения;

- у студента формируется комплексное знание особенностей применения и понимания различных видов и форм общения, умение сбора, анализа и обработки данных, необходимых для организации взаимодействия в процессе делового общения.

## 3. Базовый уровень сформированности компетенций:

- студент предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений организации деловых коммуникаций;

- студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.

4. Низкий уровень сформированности компетенций соответствует оценке **незначтено**.

