

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.11 Коммерческая деятельность организации

38.03.01 Экономика

Экономика предприятий и организаций

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	ПК-1.1 Способен выполнять работы по сбору, обработке и мониторингу исходных данных, необходимых для проведения анализа и планирования показателей производственной, коммерческой и финансово-экономической деятельности организации	<p>знает</p> <p>Основ экономического анализа хозяйственной деятельности организации и ее подразделений, выявления резервов производства (08.043);</p> <p>-Основ сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</p> <p>-Основ сбора и обработки исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации (08.043);</p> <p>-Основ подготовки исходных данных для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации (08.043).</p>
		<p>умеет</p> <p>-А/01.6 У.2 Осуществлять экономический анализ хозяйственной деятельности организации и ее подразделений, выявлять резервы производства (08.043);</p> <p>-А/01.6 У.9 Собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации (08.043);</p> <p>-Собирать и обрабатывать исходные данные для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации (08.043);</p> <p>-Подготавливать исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации (08.043).</p>

		<p>владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществления экономического анализа хозяйственной деятельности организации и ее подразделений, выявления резервы производства (08.043); -Применения сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации (08.043); -А/01.6 ТД.1 Осуществления сбора и обработки исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации (08.043); -А/01.6 ТД.3 Применения подготовки исходных данных для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации (08.043).
<p>ПК-2 Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации</p>	<p>ПК-2.2 Проводит экономический анализ хозяйственной деятельности и формирует планы финансово-экономического развития организации с учетом влияния внутренних и внешних факторов организации</p>	<p>знает</p> <ul style="list-style-type: none"> -Методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации (08.043); -А/02.6 Зн.9 Основ порядка ведения договорной работы (08.043); -Анализа производственно-хозяйственных планов организации (08.043); -Расчетов влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации (08.043); Основ экономического анализа хозяйственной деятельности организации (08.043). <p>умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> -Собирать методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации (08.043); -Осуществлять порядок ведения договорной работы (08.043); А/02.6 У.2 Анализировать производственно-хозяйственные планы организации (08.043); -Рассчитывать влияние внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации (08.043); -Проводить экономический анализ хозяйственной деятельности организации (08.043). <p>владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> -Применения методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации (08.043); -Осуществления порядка ведения договорной работы (08.043); -Осуществление анализа производственно-хозяйственных планов организации (08.043); -ТД.4 Проведения расчета влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации (08.043); -А/02.6 ТД.6 Проведения экономического анализа хозяйственной деятельности организации (08.043).

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. 7 семестр			
1.1.	Тема 1. Понятие, сущность и содержание коммерческой деятельности. Эволюция коммерческой деятельности	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест
1.2.	Тема 2. Предприятие как коммерческий субъект рыночных отношений	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест
1.3.	Тема 3. Среда функционирования коммерческой деятельности	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест
1.4.	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Тест, Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.5.	Тема 4. Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности. Договорные отношения в коммерческой деятельности	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.6.	Тема 5. Коммерческая информация и ее защита	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.7.	Контрольная точка № 2 по темам 4-5	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Тест, Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.8.	Тема 6. Коммерческий риск и его страхование	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Тест, Собеседование, Кейс-задача
1.9.	Тема 7. Государственное регулирование коммерческой деятельности.	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Кейс-задача
1.10.	Контрольная точка № 3 по темам 6-7	7	ПК-1.1, ПК-2.2	Тест, Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.11.	Промежуточная аттестация	7	ПК-1.1, ПК-2.2	
	Промежуточная аттестация			Эк
2.	2 раздел. 8 семестр			
2.1.	Тема 8. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи

2.2.	Тема 9. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.3.	Тема 10. Организация биржевой торговли	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.4.	Контрольная точка № 4 по темам 8 - 10	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.5.	Тема 11. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Кейс-задача
2.6.	Тема 12. Планирование сбыта продукции	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.7.	Тема 13. Коммерческая деятельность на рынках различных типов	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Кейс-задача
2.8.	Контрольная точка № 5 по темам 11-13	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.9.	Тема 14. Особенности коммерческой деятельности при совершении экспортно-импортных операций	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест
2.10.	Тема 15. Франчайзинг в коммерческой деятельности. Лизинг как форма коммерческих отношений	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Кейс-задача
2.11.	Тема 16. Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.12.	Контрольная точка № 6 по темам 14-16	8	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование, Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
2.13.	Промежуточная аттестация	8	ПК-1.1, ПК-2.2	
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			

1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
3	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Коммерческая деятельность организации"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Примерные вопросы для собеседования

1. Цели, задачи и принципы коммерческой деятельности в сфере обращения товаров в современных условиях хозяйствования.
2. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки.
3. Особенности коммерческой деятельности в сферах производства и обслуживания.
4. Методы управления ассортиментом товаров.
5. Управление закупками товаров: назначение, планирование объемов закупок товаров, организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия.
6. Выбор источников закупок. Анализ и оценка возможностей поставщиков.
7. Что предполагает сервисный франчайзинг?
8. Что предполагает франчайзинг бизнес-формата?
9. Каковы преимущества франчайзинга для франчайзи и франчайзера?
10. Какие преимущества характерны для лизингополучателя в случае участия в лизинговой операции?

Примерные тестовые задания

1. Коммерция - это:

- а) вид торгового предпринимательства или бизнеса;
- б) организация экономической, производственной или иной деятельности, приносящей предпринимателю доход;
- в) любая деятельность, направленная на получение прибыли.

2. Укажите, какие виды договоров относятся к отдельным видам договора купли-продажи:

- А. Договор аренды и лизинга
- В. Розничная купля-продажа, поставка, контрактация, энергоснабжение
- С. Договор подряда и возмездного оказания услуг
- Д. Договор хранения и перевозки

3. Экспертный метод оценки степеней риска основан на:

- а) измерении отношения прибыли к затратам или инвестициям;
- б) усреднении экспертных оценок риска;
- в) уточнении данных, полученных при статистическом методе.

4. Деятельность субъектов экспортно-импортных отношений регулируется кодексом:

- а) Налоговым;
- б) Гражданским;
- в) Таможенным.

5. Коммерческая информация представляет собой сведения о:

- а) изменении цен на товары и услуги;
- б) сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг;
- в) сложившихся объемах спроса и предложения на товары и услуги.

6. Дайте характеристику понятия «возможность сбыта товара предприятием»:

- а) это максимальная доля рынка, которую предприятие может получить за определенный период времени;
- б) это объем продаж, выраженный в процентах к общенациональному потенциалу;
- в) вено и то, и другое.

7. Акцепт по своей форме не может быть:

- а) предварительным;
- б) текущим;
- в) последующим.

8. Совокупность приемов исследования, применяемых при изучении дисциплины, представляет собой:

- а) предмет курса;
- б) функции предмета;
- в) методологию научной дисциплины.

9. Транзитная форма продажи товаров осуществляется:

- а) от поставщика-изготовителя;
- б) непосредственно в магазины;
- в) поставщиком без завоза на свои склады.

10. Осуществляемая на договорной основе покупка требований по товарным поставкам называется:

- а) лизингом;
- б) факторингом;
- в) трастом.

11. К коммерческой тайне относят:

- а) деловую и техническую информацию;
- б) деловую информацию и информацию о кадрах;
- в) техническую информацию и информацию о кадрах.

12. Основанием для транзитной отгрузки товаров является:

- а) решение поставщика;
- б) решение покупателя;
- в) наряд покупателя, направленная поставщику.

13. Торговый посредник при заключении сделки между покупателем и продавцом на товарной бирже называется:

- а) дистрибьютором;
- б) брокером;
- в) дилером.

14. Письменное требование о добровольном исправлении нарушенных условий договора или законодательства - это:

- а) иск;
- б) претензия;
- в) предложение.

15. Ценнейшим профессиональным качеством коммерсанта является:

- а) умение заключать взаимовыгодные сделки;
- б) широкие специальные познания в области маркетинга, права, управления, налогообложения, бух-галтерского учета;
- в) умение извлекать прибыль.

16. Какой документ регулирует договорные связи:

- а) особые условия поставки;
- б) основные условия поставки;
- в) Гражданский кодекс РФ.

17. Характерной чертой оптовой ярмарочной торговли является:

- а) предварительное установление сроков и места продажи;
- б) сравнимо одинаковые цены;
- в) верно а) и б).

18. Предметы коммерческой деятельности - это:

- а) купля-продажа товаров
- б) товарно-денежный обмен
- в) рынок товаров
- г) сфера обращения

19. Основой различия между ярмаркой и выставкой служат:

- а) способы их организации;
- б) их длительность;
- в) их цели.

20. Какой риск несут участники предприятия, имеющего статус общества с ограниченной ответственностью:

- а) участники ООО несут риск убытков в полном объеме суммы капитала;
- б) участники предприятия ООО несут риск убытков, связанный с деятельностью общества, в пределах стоимости их вкладов;
- в) участники ООО не несут риск убытков.

21. Согласно лицензионному договору право на использование товарного знака может быть

предо-ставлено:

- а) лицензиаром лицензиату;
- б) лицензиатом лицензиару;
- в) контрагентом лицензиару.

22. Аукционные торги - вид рыночной торговли, при которой продавец, желая получить максималь-но возможную прибыль, использует:

- а) прямую конкуренцию нескольких покупателей, присутствующих при продаже;
- б) косвенную конкуренцию нескольких покупателей, присутствующих при продаже;
- в) любую конкуренцию нескольких покупателей, присутствующих при продаже.

23. Тендер - это:

- а) особая форма выдача заказа на поставку товаров или подрядов на выполнение работ;
- б) особая форма закупки товаров или услуг;
- в) верно а) и б).

24. Может ли спецификация заменять договор поставки:

- а) да;
- б) нет;
- в) в отдельных случаях.

25. В каком органе осуществляется государственная регистрация товарного знака в РФ?

- а) В налоговой инспекции
- б) В Роспатенте (Федеральная служба по интеллектуальной собственности)
- в) В Торгово-промышленной палате
- г) В Министерстве экономического развития

26. Укажите этапы ведения переговоров в правильной последовательности:

- а) Подписание договора, обсуждение, уточнение позиций
- б) Уточнение интересов → обсуждение позиций → согласование позиций → редактирование текста

- в) Обсуждение → уточнение → согласование
- г) Аргументация → принятие решения → уточнение деталей

27. Под коммерческой информацией понимается:

- а) Любая информация о деятельности предприятия
- б) Сведения о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- в) Только бухгалтерская отчетность
- г) Только данные о сотрудниках предприятия

28. К внутренним источникам коммерческой информации относятся:

- а) Данные государственной статистики
- б) Статистическая и бухгалтерская отчетность предприятия, данные оперативного учета
- в) Публикации в СМИ
- г) Результаты маркетинговых исследований сторонних организаций

29. Под коммерческой тайной понимается:

- а) Любая информация о предприятии
- б) Преднамеренно скрывааемые по коммерческим соображениям сведения о деятельности фирмы

- в) Только информация о сотрудниках
- г) Только бухгалтерская отчетность

30. Какие сведения в торговых предприятиях относятся к коммерческой тайне:

- а) Информация о поставщиках и потребителях, обороте, состоянии рынков сбыта
- б) Учредительные документы
- в) Лицензии на осуществление деятельности
- г) Штатное расписание (открытая информация)

Примерные практико-ориентированные задания для текущего контроля

Задача 1

Цены на металлопродукцию за последние 11 месяцев по статистическим данным составили:

Месяц 1	2	3	4	5	6	
Цена, долл./т	300	310	312	309	302	305
Месяц 7	8	9	10	11		
Цена, долл./т	304	300	298	305	304	

Какова вероятность того, что в следующем месяце цена уменьшится по сравнению с ее последним значением?

Задача 2

Составьте договор поставки в следующей ситуации: от Михайловской швейной фабрики 17 ноября 2024 г. за № 1 поступило коммерческое предложение ОАО «Заря» заключить договор на поставку швейных изделий на 2025 г. В письме швейной фабрики предлагается ОАО «Заря» в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить проект договора. В связи с этим директор ОАО «Заря» поручил в указанный срок ст. товароведу по группе швейных товаров подготовить с привлечением юриста и бухгалтера проект договора и после согласования его с правлением РПС направить поставщику для подписания. Задание выполняется в 3 этапа: составление текста проекта договора, развернутой спецификации к проекту и сопроводительного письма к проекту.

Задача 3

Лизинговая компания «Ресурс» приобрела для передачи в лизинг промышленное оборудование. Стоимость оборудования (первоначальная стоимость) составляет 2 400 000 рублей. Договор финан-сового лизинга заключен с ООО «СтанкоПром» сроком на 3 года. Для покупки оборудования лизингодатель взял банковский кредит. Процентная ставка по кредиту - 15% годовых. Вознаграждение лизингодателя (его прибыль) установлено в размере 2% от балансовой (первоначальной) стоимости имущества за каждый год пользования. Рассчитайте общую сумму валового вознаграждения (прибыли) лизингодателя за весь срок договора лизинга и среднегодовую прибыль.

Типовые контрольные работы для очной и очно-заочной формы обучения

Контрольная точка № 1 (по темам 1-3)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Понятие, сущность и задачи коммерческой деятельности.
2. Принципы коммерческой деятельности: эффективность, адаптивность, законность, социальная ответственность.
3. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
4. Роль коммерческой деятельности в системе функционирования организации.
5. Эволюция коммерческой деятельности: история и современные тенденции.
6. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
7. Особенности коммерческой деятельности на предприятиях различных организационно-правовых форм.
8. Сущность и значение хозяйственных связей в торговле. Порядок регулирования хозяйственных связей в торговле.
9. Виды договоров, используемых в коммерческой практике (купли-продажи, поставки, комиссии, консигнации).
10. Общие положения договора купли-продажи. Договор розничной купли-продажи. Договор поставки.
11. Государственный контракт на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд.
12. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий

Тестовые задания (оценка умений)

1. Цель коммерческой деятельности организации состоит в:
 - а) минимизация налоговых выплат;
 - б) получение прибыли путем удовлетворения спроса потребителей;
 - в) увеличение штата сотрудников;
 - г) расширении производственных мощностей любой ценой

2. К коммерческой деятельности относятся:
 - а) передача готовой продукции со склада в цех упаковки;
 - б) проведение маркетингового исследования рынка сбыта;
 - в) совокупность процессов и операций, связанных с куплей-продажей товаров и услуг с целью удовлетворения спроса и получения прибыли ;
 - г) рекламная деятельность

3. Принципиальное отличие коммерческой деятельности от предпринимательской состоит в том, что:
 - а) коммерческая деятельность - это более широкое понятие, включающее производство;
 - б) коммерческая деятельность - это часть предпринимательской, связанная с куплей-продажей;
 - в) эти понятия являются абсолютными синонимами;
 - г) предпринимательская деятельность не всегда предполагает получение прибыли

4. Укажите функцию коммерческой деятельности, обеспечивающую начало воспроизводственного цикла предприятия:
 - а) сбыт готовой продукции;
 - б) материально-техническое обеспечение (закупка ресурсов);
 - в) организация складского хозяйства;
 - г) реклама и стимулирование сбыта

5. В условиях рыночной экономики коммерческая деятельность играет системообразующую роль, так как:
 - а) обеспечивает соблюдение трудовой дисциплины;
 - б) связывает организацию с внешней средой (поставщиками и потребителями) через обмен товарно-материальными ценностями;
 - в) заменяет собой функции государственного планирования;
 - г) регулирует внутренний документооборот предприятия

6. Современной тенденцией в коммерции является:
 - а) увеличение числа бумажных накладных;
 - б) переход на электронную коммерцию (E-commerce);
 - в) увеличение времени отклика на запрос клиента;
 - г) отказ от анализа больших данных

7. Договор, при котором товар передается на склад посредника для продажи, но право собственности на товар до момента продажи сохраняется за поставщиком - это:
 - а) договор мены;
 - б) договор консигнации;
 - в) договор займа;
 - г) договор дарения

8. Ключевое отличие договора комиссии от договора поставки состоит в следующем:
 - а) по договору комиссии всегда продаются только импортные товары;
 - б) комиссионер (посредник) действует от своего имени, но за счет комитента (владельца товара), а поставщик действует от своего имени и за свой счет;

- в) договор комиссии не может быть расторгнут;
- г) по договору поставки расчеты всегда наличные

9. Чаще всего в коммерческой практике для регулирования длительно длящихся отношений между производителем и оптовым торговцем используется:

- а) договор розничной купли-продажи;
- б) договор аренды с правом выкупа;
- в) договор поставки;
- г) договор консигнации

10. При договоре консигнации риск случайной гибели товара, находящегося на складе посредника (консигнатора), по общему правилу несет:

- а) консигнатор (посредник), так как товар у него;
- б) консигнант (владелец товара), так как право собственности не перешло;
- в) страховая компания в любом случае;
- г) риск делится пополам

Задачи (проверка навыков)

1. Предприятие производит мебель. Себестоимость одного шкафа составляет 10 000 руб. Плановый уровень рентабельности производства заложен в 20% к себестоимости. Однако отдел маркетинга (коммерческая служба) выяснил, что из-за низкого спроса рыночная цена не может превышать 11 000 руб. за шкаф. Какую роль в данной ситуации должна сыграть коммерческая служба (отдел закупок и сбыта) для обеспечения безубыточной работы? Предложите два варианта действий.

2. ООО «Хлеб» (покупатель) и ООО «Мука» (поставщик) подписали договор поставки муки. В договоре указано: «Поставщик обязуется поставить муку пшеничную высшего сорта. Количество: 10 000 тонн. Цена: 20 руб/кг. Срок поставки: ежемесячно в течение 2024 года. В спецификации к договору стороны написали: «График поставки: по заявкам покупателя». Ситуация: В январе ООО «Хлеб» заявку не подало. В феврале оно прислало заявку на 5 000 тонн. ООО «Мука» ответило отказом, заявив, что договор считается незаключенным, так как не согласованы сроки поставки (нет конкретных дат). Прав ли поставщик? Является ли условие «по заявкам» достаточным для признания договора заключенным?

3. Мини-кейсы.

Ситуация 1. В компании «Товары для дома» отдел закупок подчиняется коммерческому директору, отдел сбыта - финансовому директору, а склад - начальнику службы безопасности. В чем главная проблема такой структуры с точки зрения управления коммерческой деятельностью?

Ситуация 2. Начальник отдела сбыта ушел в отпуск, при этом запретил своим менеджерам подписывать договоры без него, сославшись на то, что «без меня ничего не решайте». Какой принцип управления нарушен?

Контрольная точка № 2 (по темам 4-5)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Сущность и значение хозяйственных связей в торговле.
2. Порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. Виды договоров, используемых в коммерческой практике (купи-продажи, поставки, комиссии, консигнации).
3. Общие положения договора купли-продажи.
4. Государственный контракт на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд.

5. Порядок изменения и расторжения договоров. Ответственность сторон.
6. Деловые переговоры: подготовка, проведение, документирование.
7. Понятие коммерческой информации и источники ее получения.
8. Классификация источников получения коммерческой информации.
9. Методы получения информации.
10. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.
11. Коммерческая тайна и ее содержание. Обеспечение защиты коммерческой тайны.
12. Товарные знаки: понятие, порядок государственной регистрации и использования

Тестовые задания (оценка умений)

1. Что представляют собой хозяйственные связи в торговле:
 - а) отношения между работниками одного предприятия;
 - б) отношения между поставщиками и покупателями по поводу поставок товаров;
 - в) связи между учредителями компании;
 - г) транспортные маршруты доставки товаров
2. На какой основе формируются хозяйственные связи субъектов торговой деятельности:
 - а) на основе административных распоряжений вышестоящих органов;
 - б) на основе закономерностей развития рынка и договорной основе;
 - в) на основе устных договоренностей без документального оформления;
 - г) на основе разовых сделок без долгосрочных обязательств
3. Что дает свидетельство на товарный знак его владельцу:
 - а) право производить товары;
 - б) исключительное право использовать товарный знак и запрещать его использование другим;
 - в) освобождение от налогов;
 - г) право на получение кредита
4. Основная цель формирования хозяйственных связей в торговле-это:
 - а) увеличение штата сотрудников;
 - б) насыщение потребительского рынка товарами и повышение качества обслуживания;
 - в) сокращение количества поставщиков;
 - г) централизация управления торговлей
5. Какие признаки характеризуют сущность хозяйственных связей (согласно исследованиям):
 - а) только экономические признаки;
 - б) только правовые признаки;
 - в) двойственные признаки (экономическое содержание и правовая форма);
 - г) только организационные признаки
6. Хозяйственные связи в торговле на федеральном уровне регулируются:
 - а) только Гражданским кодексом РФ;
 - б) Федеральным законом № 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности" и ГК РФ;
 - в) только локальными актами предприятий;
 - г) трудовым кодексом РФ
7. Договор, предусматривающий, что посредник действует от своего имени, но за счет владельца товара - это:
 - а) договор поставки;
 - б) договор купли-продажи;
 - в) договор комиссии;
 - г) договор аренды
8. Для регулирования хозяйственных связей меры органы власти могут предпринимать :
 - а) прямое установление цен на все товары;
 - б) стимулирование инвестиционных проектов, поддержка кооперативов, организация выставок и ярмарок;
 - в) запрет на заключение договоров с иностранными поставщиками;
 - г) принудительное распределение товаров
9. Заказчиком в государственном контракте выступает:

- а) коммерческий банк;
- б) частное предприятие;
- в) государственный орган или муниципалитет;
- г) иностранная компания

10. Укажите, какие виды информации относятся к коммерческой информации:

а) только информация о ценах

б) информация о покупателях, требованиях к товару, конъюнктуре рынка, конкурентах, потенциале предприятия

в) только информация о поставщиках

г) только рекламная информация

Задачи (проверка навыков)

1. Магазин «Продукты 24» закупает хлебобулочные изделия у местного хлебозавода.

Отношения

длятся 5 лет, заказы передаются по телефону, поставки осуществляются ежедневно. Документально отношения никак не оформлены, работают «по звонку». Можно ли считать, что между магазином и хлебозаводом установлены хозяйственные связи? Какие риски возникают у сторон при таком способе взаимодействия?

2. Индивидуальный предприниматель Иванов производит мясные полуфабрикаты под названием «ВкусноСочное». Он вложил много денег в рекламу, и его продукция стала популярна в регионе. Внезапно он получает претензию от ООО «ПродТорг», которое сообщает, что товарный знак «ВкусноСочное» зарегистрирован на них (дата приоритета - 2 года назад), и требует Иванова прекратить производство и выплатить компенсацию. Кто прав в этой ситуации? Какие действия следовало предпринять Иванову, чтобы избежать этой проблемы?

Контрольная точка № 3 (по темам 6-7)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Экономическая сущность и природа коммерческого риска.
2. Понятие коммерческого риска. Функции коммерческого риска в предпринимательстве.
3. Классификация коммерческих рисков. Потери от риска.
4. Методы анализа и оценки предпринимательского риска.
5. Управление предпринимательскими рисками.
6. Методы снижения коммерческого риска.
7. Страхование коммерческих операций.
8. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий: цель, условия, содержание. Принципы государственного регулирования.
9. Основные нормативно-правовые акты, регулирующие коммерческую деятельность в России.
10. Условия и пределы государственного вмешательства.
11. Антимонопольное регулирование и защита конкуренции.
12. Защита прав потребителей.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Объективной основой возникновения коммерческого риска является:

а) нежелание предпринимателя работать;

б) неопределенность рыночной среды и недостаток информации;

в) высокая квалификация сотрудников;

г) государственное регулирование цен

2. Назовите три условия, характеризующие ситуацию риска:

- а) гарантированный успех, полная информация;
- б) наличие неопределенности необходимость выбора, возможность оценить вероятность;
- в) наличие прибыли, отсутствие конкурентов, стабильность цен;
- г) государственная поддержка, наличие лицензии, квалифицированные кадры

3. Под коммерческим риском понимается:

- а) только возможность получения убытков;
- б) угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы;
- в) гарантированная потеря вложенных средств;
- г) только страховые случаи

4. Укажите природу коммерческого риска:

- а) риск - это случайное явление, которого можно полностью избежать;
- б) риск - неотъемлемая часть предпринимательской деятельности, связанная с экономической свободой;
- в) риск - это уровень финансовой потери;
- г) риск - это возможность отрицательного отклонения между плановым и фактическим результатом

5. Инновационная функция риска проявляется:

- а) в копировании действий конкурентов;
- б) в необходимости преодоления ситуации повышенного риска, связанного с новизной внедряемых технологий и продуктов;
- в) в отказе от новых проектов;
- г) В минимизации всех затрат

6. Укажите два вида анализа рисков, которые используются для их оценки:

- а) первичный и вторичный;
- б) количественные и качественные;
- в) прямые и косвенные;
- г) статические и динамические

7. Что представляет собой процесс управления коммерческими рисками:

- а) разовое мероприятие по страхованию;
- б) систематическая деятельность по идентификации, анализу и минимизации рисков;
- в) только составление отчетов;
- г) исключительно уклонение от рисков

8. Основная цель государственного регулирования коммерческой деятельности подразумевает:

- а) полный контроль над всеми коммерческими операциями;
- б) обеспечение условий для эффективного функционирования рынка;
- в) замена рыночных механизмов государственным планированием;
- г) максимизация доходов государственного бюджета

9. Основные положения о государственном регулировании торговой деятельности регулируются следующим документом:

- а) Налоговым кодексом РФ;
- б) Федеральным законом № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
- в) Трудовым кодексом РФ;
- г) Кодексом об административных правонарушениях

10. К принципам государственного регулирования коммерческой деятельности относится:

- а) принцип произвольного вмешательства;
- б) принцип законности, принцип свободы договора, принцип защиты конкуренции;
- в) принцип тотального контроля;
- г) принцип невмешательства

Задачи (проверка навыков)

1. Заполнить таблицу:

Виды риска Способы уменьшения отрицательных последствий

- 1) низкие объемы реализации товаров
- 2) неэффективная работа сбытовой сети
- 3) неудачный выход на рынок нового товара
- 4) ненадлежащее исполнение контрагентом условий договора
- 5) противодействие конкурентов
- 6) риск неплатежа за поставленный по контракту товар
- 7) риск утечки коммерческой и научно технической информации

2. Цены на металлопродукцию за последние 11 месяцев по статистическим данным составили:

Месяц	1	2	3	4	5	6	
Цена, долл./т		300	310	312	309	302	305
Месяц	7	8	9	10	11		
Цена, долл./т		304	300	298	305	304	

Какова вероятность того, что в следующем месяце цена уменьшится по сравнению с ее последним значением?

3. Действительная стоимость застрахованного имущества составляет 38 500 д/е, страхование «в части» (d) – 70%; размер ущерба в результате страхового случая – 29 780 д/е, безусловная франшиза, в процентах к страховой оценке составляет 6%. Необходимо определить страховое возмещение по системе пропорциональной ответственности и системе первого риска. Установить наиболее выгодную систему возмещения для страхователя.

Контрольная точка № 4 (по темам 8-10)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

- 1. Сущность, роль и содержание закупочной работы.
- 2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров.
- 3. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров.
- 4. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке.
- 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.
- 6. Кооперация в оптовой торговле.
- 7. Организация оптовой продажи товаров.
- 8. Формы и типы предприятий розничной торговли.
- 9. Принципы и методы размещения магазинов розничной торговой сети.
- 10. Сущность и организационные формы аукционов.
- 11. Порядок проведения аукционов.
- 12. Сущность и роль бирж в развитии экономики.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Внемагазинные формы продажи в розничной торговле:

- а) в мелкорозничной стационарной торговой сети (павильонах, киосках);
- б) в мелкорозничной передвижной сети;
- в) через телемагазины и компьютерные сети (интернет, электронный магазин);
- г) торговый комплекс;

- д) магазины-автоматы;
- е) торговое объединение.

2. Закупочная деятельность предприятия представляет собой:

- а) процесс продажи готовой продукции потребителям;
- б) совокупность экономических отношений с поставщиками по поводу приобретения ресурсов;
- в) только транспортировку товаров от производителя до склада;
- г) рекламную деятельность по продвижению товаров

3. Методы определения объемов закупок и продаж товаров в оптовом торговом предприятии:

- а) на основе балансовой связи между объемом товарооборота и изменением величин запасов на начало периода, поступления товаров, их выбытия и запасов на конец отчетного периода;
- б) на основе анализа динамики товарооборота методом индексного перерасчета и в натуральных показателях;
- в) на основе анализа структуры товарооборота;
- г) на основе минимального заказа;
- д) на основе максимального заказа.

4. Методы оптовой продажи со склада оптового предприятия с предварительным ознакомлением покупателей с ассортиментом и образцами товаров:

- а) на основе личной отборки;
- б) через разъездных торговых агентов;
- в) по телефонным и письменным заказам;
- г) путем посылочных операций.

5. На какие основные виды подразделяется розничная торговая сеть:

- а) государственная, частная, муниципальная;
- б) стационарная, передвижная, посылочная;
- в) оптовая, розничная, мелкооптовая;
- г) городская, сельская, пригородная

6. Продавец на товарной бирже продает:

- а) документ, подтверждающий право собственности на товар;
- б) складское свидетельство, удостоверяющее сдачу продавцом товара на биржевой склад;
- в) варрант;
- г) массовые сырьевые товары;
- д) массовые продовольственные товары;
- е) товары, обладающие родовыми признаками.

7. Цели биржевых сделок:

- а) покупка и продажа реального товара;
- б) спекулятивные операции;
- в) операции хеджирования;
- г) транспортирование партий товаров;
- д) складирование партий товаров;
- е) отгрузка партий товаров.

8. Под типизацией магазинов понимается:

- а) разделение предприятий по ассортименту товаров;
- б) отбор рациональных, технически совершенных типов магазинов с учетом их специализации;
- в) установление единых цен на товары;
- г) объединение нескольких магазинов в одну сеть

9. Комбинированный магазин- это:

- а) магазин, торгующий товарами одной группы;
- б) магазин, осуществляющий торговлю товарами нескольких групп, родственных по потребительскому спросу;
- в) магазин, торгующий только не-продовольственными товарами;
- г) магазин, осуществляющий только оптовую торговлю

10. Укажите процент от торговой площади, который обычно составляет площадь для выкладки:

- а) 20-30%;
- б) 40-50%;
- в) 60-75%;
- г) 80-90%

Задачи (проверка навыков)

1. Магазин одежды проанализировал базу данных лояльности и выяснил, что 70% покупателей - женщины. Средний чек в будни - 2500 руб. выходные - 4000 руб. Наибольшим спросом пользуются платья и аксессуары. Товары категории "верхняя одежда" залеживаются на складе более 6 месяцев. Какие коммерческие решения можно принять на основе этой информации?

2. Предприятие-изготовитель занимает ведущее положение на рынке определенной группы товаров. Оно рассылает в торговую сеть прейскурант по предлагаемому к продаже ассортименту товаров, в котором указаны отпускные цены поставщика, рекомендуемые конечные цены и скидки с розничной цены. Обязаны ли организации розничной торговли исполнять рекомендации? Будут ли они это делать на практике? По какой цене розничный продавец будет покупать товар, если рекомендуемая конечная цена составляет 5000 руб., а скидка розничной торговле - 20% от розничной цены?

Контрольная точка № 5 (по темам 11-13)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Экономическая категория «товарный ассортимент».
2. Формирование ассортиментной матрицы.
3. Методы изучения спроса для формирования ассортимента.
4. Методы оптимизации ассортиментного портфеля. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах.
5. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине.
6. Содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту
7. Организация системы сбыта. Методы и формы продажи.
8. Коммерческая деятельность на рынке товаров потребительского назначения.
9. Коммерческая деятельность на рынке товаров повседневного спроса.
10. Коммерческая деятельность на рынке сферы услуг.
11. Коммерческая деятельность на рынке товаров производственного назначения.
12. Коммерческая деятельность на рынке государственных учреждений.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Под товарным ассортиментом понимается:
 - а) совокупность товаров определенного производителя;
 - б) перечень товаров, объединенных по какому-либо признаку или их совокупности;
 - в) только товары, пользующиеся спросом;
 - г) складской перечень товаров
2. Определенный перечень товаров в разрезе групп, подгрупп, видов, разновидностей и качественных отличительных признаков называется:

- а) широта ассортимента;
- б) ассортимент;
- в) товарная номенклатур;
- г) ассортиментная матрица

3. По широте охвата товаров выделяют ассортимент:

- а) простой, сложный, групповой, развернутый, сопутствующий, смешанный;
- б) промышленный, торговый, посылочный;
- в) оптовый, розничный, мелкооптовый;
- г) федеральный, региональный, местный

4. Что представляет собой ассортиментная матрица:

- а) простой перечень всех товаров в магазине;
- б) утвержденный для реализации в конкретной торговой точке перечень товарных позиций, структурированный по различным признакам;
- в) график поставок товаров;
- г) план продаж на месяц

5. Факторы, которые необходимо учитывать при определении концепции магазина:

- а) только размер торговой площади;
- б) размер магазина, местоположение, социально-экономические особенности района, формат;
- в) только наличие конкурентов;
- г) только предпочтения собственника

6. Разработка классификатора товарной категории включает в себя:

- а) определение цены
- б) разбиение категории на подкатегории, сегменты, подсегменты и артикулы;
- в) выбор брендов
- г) расчет объема закупок

7. Назовите две основные группы, на которые делятся методы изучения спроса:

- а) прямые и косвенные;
- б) количественные и качественные;
- в) кабинетные и полевые;
- г) экономические и социологические

8. Пробная продажа товаров-это:

- а) продажа товаров со скидкой;
- б) реализация опытной партии товаров для получения информации о новом товаре и отношении покупателей;
- в) продажа товаров в кредит;
- г) бесплатная раздача образцов

9. Укажите, к каким факторам формирования товарного ассортимента относятся транспортные условия, техническое оснащение магазина:

- а) общие;
- б) специфические;
- в) внутренние;
- г) внешние

10. Метод, позволяющий разделить товарные запасы на три группы по степени влияния на общий результат (по стоимости и количеству) - это:

- а) XYZ-анализ
- б) ABC-анализ
- в) SWOT-анализ
- г) STEP-анализ

Задачи (проверка навыков)

1. В магазине «Одежда» согласно ассортиментному перечню должно быть в продаже 5 моделей пальто (глубина ассортимента по плану). Фактически на момент проверки в наличии оказалось 3 модели пальто. Рассчитайте коэффициент полноты ассортимента пальто в магазине. Сделайте вывод о соответствии фактического ассортимента утвержденному перечню.

2. В течение месяца (30 дней) проводилась проверка наличия в продаже мужских сорочек. Проверки осуществлялись ежедневно. За весь период было зафиксировано, что сорочки отсутствовали в продаже в течение 6 дней. Рассчитайте коэффициент устойчивости (стабильности) ассортимента мужских сорочек.

3. Предприниматель открывает небольшой магазин косметики и средств гигиены. Он планирует включить в ассортимент следующие товары: шампунь масс-маркет (доступная цена) - планирует продавать 50 упаковок в месяц с наценкой 20%; элитная французская сыворотка для лица (очень высокая цена) - планирует продавать 2 упаковки в месяц с наценкой 50%; гель для душа - планирует продавать 40 упаковок в месяц с наценкой 25%; расчески и заколки для волос - планирует продавать 15 штук в месяц с наценкой 100%; набор кистей для макияжа (эксклюзивное предложение, которого нет у конкурентов) - планирует продавать 5 наборов в месяц с наценкой 70%.

Распределите данные товары по ролям в ассортиментной матрице (локомотивы, сопутствующие, статусные, заменители, комплексные) согласно классификации.

Контрольная точка № 6 (по темам 14-16)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Сущность и классификация экспортно-импортных операций. Организация экспортно-импортных операций.

2. Правовое регулирование и государственное воздействие на экспортно-импортные операции.

3. Таможенно-тарифное регулирование. Нетарифное регулирование.

4. Организация работы по поиску и выбору иностранного партнера. Подготовка и заключение внешнеторгового контракта.

5. Сущность и виды франчайзинга. Экономические основы франчайзинга.

6. Правовое регулирование франчайзинга в России.

7. Понятие и сущность лизинга. Виды лизинга.

8. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.

9. Экономическая эффективность лизинга.

10. Понятие эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий. Критерий эффективности.

11. Виды эффективности в торговле. Основные показатели эффективности.

12. Методы расчета эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий.

Тестовые задания (оценка умений)

1. Экспортно-импортные операции - это:

- а) операции по перемещению товаров, сырья, готовой продукции на мировом рынке вследствие их реализации иностранным покупателям;
- б) транспортировка грузов между странами
- в) валютные расчеты между контрагентами;
- г) деятельность по таможенному оформлению грузов

2. Укажите основные этапы осуществления экспортно-импортных операций:

- а) заключение контракта и отгрузка
- б) изучение рынка, формирование ресурсов, поиск партнера, заключение контракта, выполнение условий;
- в) поиск партнера и таможенное оформление;

г) транспортировка и страхование операции по перемещению товаров, сырья, готовой продукции на мировом рынке вследствие их реализации иностранным покупателям

3. Основные цели государственного регулирования внешнеторговой деятельности - это:

- а) пополнение бюджета;
- б) защита внутреннего рынка, стимулирование структурных изменений в экономике, обеспечение экономической безопасности;
- в) ограничение импорта;
- г) поддержка экспортеров

4. Основанием для отказа в выпуске товаров таможенными органами является:

- а) отсутствие сертификата соответствия;
- б) отсутствие лицензии в случаях, когда лицензирование установлено;
- в) отсутствие страхового полиса;
- г) отсутствие рекламации

5. С какой целью устанавливаются таможенные пошлины устанавливаются с целью:

- а) для пополнения бюджета;
- б) для регулирования внешней торговли, защиты внутреннего рынка и стимулирования структурных изменений в экономике;
- в) для ограничения импорта;
- г) для поддержки экспорта

6. С чего начинается экспортная деятельность предприятия:

- а) с оформления таможенных документов
- б) с поиска и привлечения иностранного партнера, продаж и коммуникации
- в) с получения лицензии
- г) с открытия валютного счета

7. С чего начинается экспортная деятельность предприятия:

- а) с оформления таможенных документов
- б) с поиска и привлечения иностранного партнера, продаж и коммуникации
- в) с получения лицензии
- г) с открытия валютного счета

8. Франчайзинг как форма организации бизнеса представляет собой:

- а) обычную аренду оборудования
- б) организация бизнеса, при которой компания-франчайзер передает независимому лицу право на продажу продукта и услуг этой компании;
- в) совместное предприятие;
- г) лицензирование производства

9. Франчайзинг как форма организации бизнеса представляет собой:

- а) обычную аренду оборудования
- б) организация бизнеса, при которой компания-франчайзер передает независимому лицу право на продажу продукта и услуг этой компании;
- в) совместное предприятие;
- г) лицензирование производства

10. Паушальный взнос - это:

- а) ежемесячный платеж за использование бренда;
- б) единовременный платеж за право работать под уже известным брендом;
- в) платеж за рекламу;
- г) страховой взнос

Задачи (проверка навыков)

1. Стоимость лизинговых основных фондов составляет 100 тыс.р. Срок лизинга – 8 лет.

Процентная ставка с учетом комиссионных составляет 10 % годовых. Выплата платежей по лизингу производится равными суммами два раза в год. Рассчитайте сумму лизингового платежа.

2. Стоимость сдаваемого в лизинг оборудования – 500 тыс.р. Срок лизинга – два года. Норма амортизации – 30 %. Процент за кредит – 20 % в год. Согласованная ставка комиссионного вознаграждения лизингодателя – 4 % годовых стоимости оборудования. Стоимость дополнительных услуг по обучению персонала – 5 тыс.р. НДС – 18 %. Рассчитайте сумму лизингового платежа.

3. Стоимость сдаваемого в лизинг оборудования составляет 400 тыс.р. Срок лизинга – 2 года. Норма амортизации – 15 %. Процент за кредит – 20 % в год. Согласованная по договору ставка комиссионного вознаграждения лизингодателя – 4 % годовых стоимости оборудования. Лизингодатель предоставляет лизингополучателю дополнительные услуги по доставке и монтажу оборудования и по обучению персонала на сумму 10 тыс.р. Ставка НДС – 20 %. Определите сумму лизинговых платежей за оба года.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к экзамену (7 семестр)

1. Предмет, объект и задачи дисциплины "Коммерческая деятельность организации".
2. Понятие, сущность и задачи коммерческой деятельности.
3. Принципы и функции коммерческой деятельности.
4. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
5. Роль коммерческой деятельности в системе функционирования организации.
6. Эволюция коммерческой деятельности: история и современные тенденции.
7. Содержание и принципы реализации коммерческих интересов на рынке товаров и услуг.
8. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
9. Понятие и структура среды коммерческой деятельности.
10. Производственно-технический блок внутренней среды коммерческой деятельности организации.
11. Экономический блок внутренней среды коммерческой деятельности организации.
12. Социальный блок внутренней среды коммерческой деятельности организации.
13. Маркетинговый блок внутренней среды коммерческой деятельности организации.
14. Макросреда (среда косвенного воздействия) коммерческой деятельности организации.
15. Сущность и значение хозяйственных связей в торговле.
16. Порядок регулирования хозяйственных связей в торговле.
17. Виды договоров, используемых в коммерческой практике (купли-продажи, поставки, комиссии, консигнации).
18. Общие положения договора купли-продажи. Договор розничной купли-продажи.
19. Договор поставки.
20. Государственный контракт на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд.
21. Договор контрактации.
22. Порядок изменения и расторжения договоров. Ответственность сторон.
23. Деловые переговоры: подготовка, проведение, документирование.
24. Понятие коммерческой информации и источники ее получения.
25. Классификация источников получения коммерческой информации.
26. Методы получения информации.
27. Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.
28. Коммерческая тайна и ее содержание. Обеспечение защиты коммерческой тайны.
29. Товарные знаки: понятие, порядок государственной регистрации и использования
30. Экономическая сущность и природа коммерческого риска.
31. Функции коммерческого риска в предпринимательстве.
32. Классификация коммерческих рисков.
33. Потери от риска.
34. Методы анализа и оценки предпринимательского риска.

35. Управление предпринимательскими рисками.
36. Методы снижения коммерческого риска.
37. Страхование коммерческих операций.
38. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий: цель, условия, содержание.
39. Принципы государственного регулирования коммерческой деятельности.
40. Основные нормативно-правовые акты, регулирующие коммерческую деятельность в России.
41. Условия и пределы государственного вмешательства в регулирование коммерческой деятельности организаций.
42. Антимонопольное регулирование и защита конкуренции.
43. Техническое регулирование, стандартизация и сертификация.
44. Защита прав потребителей.
45. Лицензирование отдельных видов деятельности.
46. Требования к профессиональной компетентности специалистов в области коммерческой деятельности.

Вопросы к экзамену (8 семестр)

1. Сущность, роль и содержание закупочной работы.
2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков.
3. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
4. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров.
5. Механизм регулирования и особенности проявления коммерческих интересов на товарном рынке.
6. Классификация поставщиков. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
7. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Кооперация в оптовой торговле.
8. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле.
9. Формы и типы предприятий розничной торговли.
10. Розничные торговые сети. Принципы и методы размещения магазинов розничной торговой сети.
11. Сущность торговли на аукционах и конкурсах.
12. Объекты и субъекты аукционной торговли.
13. Порядок проведения аукционов.
14. Ценообразование на аукционах. Аллокация ресурсов. Снижение транзакционных издержек.
15. Стандартизация процесса купли-продажи. Обеспечение прозрачности: публичный характер торгов.
16. Английский аукцион (повышательный, прямой).
17. Открытый аукцион (гласный). Закрытый аукцион (негласный, тендер).
18. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров
19. Сущность и роль бирж в развитии рыночной экономики. Организация торговых операций на бирже.
20. Субъекты биржевой торговли. Профессиональные посредники.
21. Этапы совершения и исполнения биржевой сделки. Заключение сделки.
22. Сбор информации по сделкам, ее сверка и корректировка.
23. Определение взаимных обязательств сторон по поставке и оплате.
24. Виды биржевых заявок и торговые сессии.
25. Экономическая категория «товарный ассортимент». Формирование ассортиментной матрицы.
26. Методы изучения спроса для формирования ассортимента. Методы оптимизации ассортиментного портфеля.

27. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах.
28. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине
29. Содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту.
30. Сбытовая политика предприятия. Организация системы сбыта.
31. Методы и формы продажи товаров.
32. Коммерческая деятельность на рынке товаров потребительского назначения.
33. Коммерческая деятельность на рынке товаров повседневного спроса.
34. Коммерческая деятельность на рынках сферы услуг и в сегменте.
35. Коммерческая деятельность на рынках товаров производственного назначения.
36. Коммерческая деятельность на рынке государственных учреждений.
37. Сущность и классификация экспортно-импортных операций.
38. Организация экспортно-импортных операций. Документы, используемые при совершении экспортно-импортных операций.
39. Правовое регулирование и государственное воздействие на экспортно-импортные операции.
40. Организация работы по поиску и выбору иностранного партнера. Подготовка и заключение внешнеторгового контракта.
41. Сущность франчайзинга. Ключевые элементы франчайзинга
42. Виды франчайзинга
42. Правовое регулирование франчайзинга в России.
43. Понятие и сущность лизинга.
44. Виды лизинга.
45. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.
46. Экономическая эффективность лизинга.
47. Понятие эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий. Критерий эффективности.
48. Факторы, влияющие на эффективность торгового предприятия.
49. Виды эффективности в торговле. Основные показатели эффективности.
50. Методы расчета эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)