

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 21.10.2023 16:24:43

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А. Шебзухова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По профессиональному модулю

ПМ.01 Организация и управление торгово-
сбытовой деятельностью

Специальность

38.02.04

Форма обучения

очная

Пятигорск

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Разработчик: к.ф.н. преподаватель, Догаева Нина Николаевна,

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Генеральный директор ООО «ГКСМ»,
г. Георгиевск
должность представителя работодателя,
наименование организации и город ее
расположения

подпись

Догаев Р.А.
Фамилия, инициалы

Таблица 1.1 - Контроль качества знаний студентов с привязкой к общим и профессиональным компетенциям

№ п/п	Компетенция	Наименование дисциплины, формирующей компетенцию	Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Время выполнения задания, мин
1.	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею: методология, процесс, структура, техника технология управления.	Система управления - совокупность всех элементов, подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное (целенаправленное) осуществление коммерческой деятельности.	7 мин
2.	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №2	Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий.	Деятельность торговой организации во многом зависит от того, как организована работа ее коммерческой службы, т. е. тех подразделений, которые отвечают за закупки товаров и их реализацию. Структура коммерческой службы обусловлена тем, какие функции выполняет торговая организация, насколько широк ассортимент закупаемых и реализуемых ею товаров, сколько у нее	7 мин

					поставщиков и покупателей. В крупных торговых организациях коммерческую службу, как правило, возглавляет заместитель руководителя (генерального директора) по коммерческим вопросам (коммерческий директор). В его подчинении находятся различные подразделения, занимающиеся закупкой и реализацией товаров, исследованием ситуации на рынке, рекламой.	
3.	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.9 Особенности коммерческой работы на розничном торговом предприятии. Вопрос № 3	Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.	Основной целью коммерческой деятельности в розничной торговле является удовлетворение потребительского спроса на товары в соответствии со спросом обслуживаемого сегмента потребителей. Спрос– это потребность, подкрепленная покупательной способностью. Основными задачами коммерческой	7 мин

					деятельности в розничной торговле являются: - изучение потребительского спроса и удовлетворение потребностей населения в товарах; - организация процессов закупки и доставки товаров; - формирование ассортимента товаров в соответствии с потребностями потребителей и целями предприятия; - поддержание равновесия между спросом и предложением; - совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей; - обеспечение торгового процесса материальными и трудовыми ресурсами; - воздействие на производителей с целью расширения ассортимента и повышения качества поставляемых товаров, увеличения объемов производства.	
--	--	--	--	--	---	--

					Исходя из задач, коммерческая работа в розничной торговле должна рассматриваться как система, основной целью функционирования является удовлетворение спроса потребителей и достижение целей торгового предприятия.	
4.	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Как называется деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования: а промышленность б оптовая торговля с розничная торговля	Розничная торговля	2 мин
5. \	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Менеджмент как наука – это: а.комплекс знаний о методах и способах управления производством б.экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства с.система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент d.отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей	Комплекс знаний о методах и способах управления производством	2 мин

6.	ОК 1	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Что является объектом и субъектом менеджмента? а.технические ресурсы б.люди с.финансовые ресурсы д.технологии	люди	2 мин
7.	ОК 2	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.3 Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Вопрос №1	Информация как предмет коммерческого распространения		7 мин
8.	ОК 2	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.3 Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Вопрос №2	Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.		7 мин
9.	ОК 2	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.3 Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Вопрос №3	Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.		7 мин
10.	ОК 2	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Система 1С: Документооборот может применяться ... аТолько в малых предприятиях бВ средних и крупных организациях сТолько в крупных предприятиях	В средних и крупных организациях	2 мин
11.	ОК 2	ПМ.01 Организация и	Тест №2	Для поиска решения	Обработки данных	2 мин

		управление торгово-сбытовой деятельностью		функциональных задач, по которым имеются необходимые входные данные и известны алгоритмы, применяются информационные технологии ... а Обработки данных б Управления с Поддержки принятия решений		
12.	ОК 2	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Internet - это: а локальная вычислительная сеть б региональная информационно-вычислительная сеть с гигантская мировая компьютерная сеть	Гигантская мировая компьютерная сеть	2 мин
13.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Коммуникации в организации: понятие, виды.	Коммуникации в организационном контексте включают взаимодействие между людьми. Это процесс обмена информацией и передачи сведений между отдельными людьми или их группами. Организационная коммуникация — это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации большому числу людей внутри	7 мин

					организации и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами. Выделяют следующие виды коммуникаций: 1. организационные; внешние; внутренние; формальные; вертикальные (по восходящей, по нисходящей); горизонтальные коммуникации; неформальные; 2. межличностные. Организационные коммуникации - это совокупность коммуникаций, строящихся на основе общения, опосредованного информацией о самой организации, ее целях и задачах. Межличностные коммуникации - устное общение людей в одном из перечисленных видов.	
14.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и	Клиент ориентированный менеджер по продажам	Ориентируется на ожидания клиентов, стремится их превзойти. Вежлив, дружелюбен и	7 мин

			управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №2		внимателен. Искренне считает, что клиент – это главный человек в компании, именно он платит зарплату. Помнит о пожизненной ценности клиента (LTV, Lifetime Value), ориентирован на долгосрочное сотрудничество с покупателем.	
15.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово- сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №3	Инициатива у продавца	Профессионал всегда должен сохранять контроль над ситуацией в процессе консультации. Активная позиция должна стать одним из правил, которое поможет успешно завершать продажи.	7 мин
16.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово- сбытовой деятельностью	Тест №1	При кризисе ... возникает новое видение смысла труда, приводящее к неудовлетворенности своим статусом, карьерным ростом	Профессионального роста	2 мин
17.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово- сбытовой деятельностью	Тест №2	Планируя работу по профессиональному развитию руководителей низшего звена, следует отдать предпочтение ...	Лекциям, семинарам, тренингам	2 мин
18.	ОК 3	ПМ.01 Организация и управление торгово- сбытовой деятельностью	Тест №3	... объединяет такие процессы, как управление карьерой, аттестация персонала, дополнительное обучение	Система профессионального развития персонала	2мин

				персонала и отбор		
19.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Признаки сплоченного коллектива	Дружная команда отличается: наличием общей цели, в достижение которой вкладывается каждый; положительным эмоциональным фоном, минимальными разногласиями; интересом к работе, воодушевлением при ее выполнении; проявлениями командного духа; отсутствием негатива, ссор, сплетен и зависти; доверительными отношениями сотрудников с руководством; интересом начальства к сплочению коллектива и его успехам.	10 мин
20.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №2	Какие мероприятия помогают объединению коллектива?	Чтобы понять, как сплотить коллектив, важно отметить условия, при которых возможно формирование здоровых, уважительных отношений внутри команды: наличие общих взглядов, ценностей и	7 мин

					мировоззренческих позиций; примерная однородность коллектива по возрасту; благожелательная психологическая атмосфера; насыщенная и активная ежедневная деятельность, в которой ценится вклад каждого сотрудника.	
21.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 3	Что такое эффективное управление командой?	Первое: постановка ясной сверхзадачи. Второе: организация постоянного обмена знаниями. Третье: создание среды для общения и устранение барьеров. Четвертое: найти баланс в делегировании задач. Пятое: доверие. Шестое: фокус - на результат. Седьмое: учиться коллективному отдыху.	2 мин
22.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Карьера — это: а) форма гарантированной занятости; б) субъективно осознанные собственные суждения работника о своем трудовом будущем, ожидаемые пути	Субъективно осознанные собственные суждения работника о своем трудовом будущем, ожидаемые пути самовыражения и удовлетворения трудом;	2 мин

				самовыражения и удовлетворения трудом; с) предлагаемая организацией последовательность различных ступеней (должностей, рабочих мест, положений в коллективе), которые сотрудник потенциально может пройти.		
23.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Лидер — это: а) человек, способный использовать все имеющиеся источники власти для превращения созданного для других видения реальности; б) человек, обладающий большой харизмой; с) человек, помогающий людям полностью раскрывать их способности, умеющий создавать идеал и стремиться к нему; d) все ответы верны.	Все ответы верны	2 мин
24.	ОК 4	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Власть — это: а) целенаправленное использование потенциала другого человека; б) использование силы воли руководителя; с) использование амбиций.	Целенаправленное использование потенциала другого человека;	2 мин
25.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и	Основные принципы профессиональной этики.	Этика менеджера – наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в	7 мин

			управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 1		сфере управления, в том аспекте, в каком действия менеджера соотносятся с общечеловеческими требованиями. Менеджер является стержнем организации и ее представителем. От поведения, внешнего вида, речевой культуры менеджера зависит имидж всей организации. Кроме того, он является примером для подчиненных, ведь этика менеджера проецируется на деятельность коллектива, организации и таким образом сама оказывает колоссальное влияние на индивидуальную этику подчиненных, решающим образом воздействует на формирование корпоративной культуры организации, корпоративной этики, серьезно влияет на будущее организации, на будущее каждого ее работника. Важнейшие аспекты этики	
--	--	--	--	--	---	--

					профессии менеджера отражены в следующих принципах деятельности руководителя: Верность организации, соблюдение ее традиций; Уважение к подчиненным, искренний интерес к ним, воздержанность от критики, унижающей достоинство подчиненного; Исключение проявления грубости, высокомерия, интриганства, манипулирования, попыток «столкнуть лбами»; Недопустимость обмана подчиненных, невыполнения обещаний, злоупотребление положением начальника, утаивания информации, представляющей интерес для подчиненного; Соблюдение субординации – воздержанность, с одной стороны, от попыток решения служебных вопросов с вышестоящим руководителем, минуя	
--	--	--	--	--	--	--

					своего непосредственного начальника, а с другой – от поручений исполнителю «через голову» его непосредственного начальника; Использование по отношению к подчиненным преимущественно методов убеждения. Применение принуждения только при исчерпании возможностей убеждения; Недопустимость принятия руководителем управленческих решений при нахождении его в негативном состоянии, под влиянием негативной ситуации; Объективность при принятии решений, правовая защищенность управленческого решения;	
26.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью	Внешний вид менеджера по продажам	Первое впечатление о человеке складывается на основании его внешнего вида. Поэтому приятная наружность, одежда, подобранная со вкусом, – немаловажные факторы,	7 мин

			предприятий Вопрос № 2		влияющие на успешный результат в продажах. В самом начале взаимодействия клиент оценивает менеджера по продажам по естественности его поведения и по его внешнему образу. Первое, на что обращает внимание клиент во внешнем облике продавца, это: опрятность в одежде (чистая, выглаженная униформа или костюм); прическа (чистота волос, аккуратная укладка или стрижка); маникюр и макияж у женщин (они не должны быть яркими и бросающимися); аромат парфюма, который приветствуется в умеренном количестве. Униформа давно введена для рабочих, для обслуживающего персонала и для менеджеров первого звена. Понимание важности стандартов внешнего облика для менеджеров среднего и	
--	--	--	---------------------------	--	---	--

					высшего звена пришло гораздо позже, но внедрение их проходило довольно оперативно. Сегодня практически во всех крупных бизнес-структурах разработаны определенные требования к тому, как должны выглядеть их сотрудники на работе.	
27.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 3	Понятие стиля руководства. Критерии оптимального руководства.	Стиль руководства - это привычная манера поведения руководителя по отношению к своим подчиненным с целью повлиять на них или побудить к действию (выполнению заданий). Авторитарный стиль управления состоит в том, что вся полнота власти находится у руководителя и все решения принимаются им единолично, не учитывая мнения подчиненных. В данном случае используется командный метод управления. Авторитарный стиль управления необходим в кризисной ситуации,	7 мин

					когда решения должны приниматься быстро и быть четко скоординированы, что значительно затрудняется в условиях коллективной деятельности по разработке решений. Демократический стиль предполагает делегирование руководителем части своих полномочий подчиненным и принятие решений на коллегиальной основе. Он актуален при стабильной работе предприятия и стремлении его к внедрению инноваций. Либеральный стиль представляет собой управление без участия руководителя. Работники предоставлены сами себе, приходится рассчитывать на их дисциплинированность.	
28.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 1	В деловой этике недопустимость вмешательства в дела конкурентов, ущемление их интересов базируется на такой общечеловеческой	Свобода	2 мин

				ценности как:		
29.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков — это проявление принципа ...	Терпимости	2 мин
30.	ОК 5	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Вербальное общение осуществляется при помощи	Слов	2 мин
31.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 1	Причины и формы проявления коррупции.	Коррупция - это использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав в целях личной выгоды, противоречащая законодательству и моральным установкам. Этот термин применяется по отношению к бюрократическому аппарату и политической элите. Использование служебного положения в корыстной или иной личной заинтересованности может быть представлено следующими разновидностями: 1) завладение с использованием	7 мин

					служебного положения чужим имуществом путем его изъятия вопреки воле собственников; 2) использование служебного положения при совершении других действий корыстного характера, не связанных с завладением чужим имуществом. Данное последствие может выражаться в виде реального материального ущерба, в упущенной выгоде, а также в причинении иного вреда различным интересам 3) «классическая» разновидность проявления коррупции – получение должностным лицом материальных ценностей и услуг материального характера в связи с занимаемой должностью с ведома лиц, передающих эти ценности или оказывающих услуги (например, с целью побудить должностное лицо к соответствующему действию, правомерному	
--	--	--	--	--	--	--

					или противозаконному и др.); 4) непосредственное участие должностных лиц и государственных служащих, депутатов в коммерческой деятельности для извлечения личной выгоды или корпоративной.	
32.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 2	Источники права, регулирующие отношения в сфере противодействия коррупции	Конституция Российской Федерации содержит ряд норм, закладывающих важнейшие принципы, учет которых необходим в процессе противодействия коррупции. К их числу можно отнести: равенство граждан перед законом (ст. 19); соблюдение норм международного права в области обеспечения прав человека (ст. 17); право граждан на обращения в государственные органы и органы местного самоуправления (ст. 33); гарантии судебной защиты прав и свобод граждан (ст. 46); презумпция невиновности	7 мин

					(ст. 49); установление законодательного порядка ограничения основных конституционных прав для достижения общественно значимых целей (ст. 55) и другие.	
33.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос № 3	Система ценностей компаний торговли	Ценности компании – это список правил, нравственных и деловых принципов, которых придерживаются все работники. В идеале они должны служить основой для развития бизнеса, привлечения потенциальных клиентов, партнеров и квалифицированных специалистов. Корпоративные ценности во многом определяют поведение представителей компании и то, как они работают и общаются с покупателями, руководством, подрядчиками, поставщиками, инвесторами.	7 мин
34.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 1	Выделите принцип, на котором не может быть основано деловое общение:	эгоизм	2 мин

				доброжелательность; порядочность; тактичность; уважительность; эгоизм		
35.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 2	К невербальным средствам делового общения относятся: деловая переписка; мимика; жесты; профессиональный жаргон; речевые конструкции; социальные диалекты	Мимика; жесты;	2 мин
36.	ОК 6	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Как называется неумение при общении определить необходимую меру в выражениях и поступках, в проявлении интереса к другому человеку? бестактность; воспитанность; порядочность; тактичность; уважение	Тактичность;	2 мин
37.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.18 Коммерческие связи в оптовой торговле. Вопрос №1	Виды договоров, применяемые в коммерческой деятельности	Основными видами договоров, применяемых в торговле, являются: договор купли-продажи; договор розничной купли-продажи; договор поставки; договор складского хранения; договор комиссии; трудовой договор. Кроме	7 мин

					перечисленных, между субъектами коммерческой деятельности возможно заключение других договоров (аренды, перевозки груза, на рекламу и т.д.), в том числе и смешанных, т.е. содержащих элементы различных договоров, предусмотренных законом.	
38.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.1 . Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности Вопрос №2	Организационно – правовые формы предпринимательской деятельности	Различают следующие виды организационно-правовых форм хозяйствующих субъектов: Полные товарищества Товарищества на вере Общества с ограниченной ответственностью Акционерные общества Унитарные предприятия государственных и муниципальных учреждений и другие.	7 мин
39.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.32 Организация торгового процесса на розничном предприятии Вопрос № 3	Организация торгового процесса	Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанные торговых и технологических	7 мин

					операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения. Таким образом, торгово-технологический процесс в магазине можно разделить на три основные части: Операции с товарами до предложения их покупателям; Операции непосредственного обслуживания покупателей; Дополнительные операции по обслуживанию покупателей.	
40.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 1	Задачи предприятия определяются: а) интересами владельца б) размером капитала в) ситуацией внутри предприятия г) высшим руководством д) коллективом предприятия е) внешней средой	Высшим руководством	7 мин
41.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 2	Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:	Коммерческим организациям	7 мин

				коммерческим организациям; некоммерческим организациям;		
42.	ПК 1.1.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 3	Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка? контакты с поставщиками; технические справочники; опрос экспертов	Контакты с поставщиками;	7 мин
43.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.4 Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Вопрос №1	Особенности управления запасами на предприятии розничной торговли	Управление ТЗ в розничном магазине предполагает возможность выбора формы товароснабжения - транзитной или складской, которая определяется исходя из конкретных условий: местоположения поставщика и розничной точки; экономической целесообразности; специфики товара	2 мин
44.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.4 Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Вопрос №2	Классификация товарных запасов	Запасы классифицируются по натурально - вещественному признаку (сырье, материалы, оборудование, топливо и т.п.), по роли в производстве (средства труда, предметы труда, незавершенное производство и т.п.), по	2 мин

					назначению (запасы производственные, товарные и т.п.), по срокам формирования и использования (запасы текущие, подготовительные, страховые), по объему и потребности в них (запасы нормативные, сверхнормативные, излишние).	
45.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.4 Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Вопрос №3	Размещение товаров на хранение		7 мин
46.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Затраты на хранение запасов включают:	Расходы на операции грузопереработки	2 мин
47.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Ситуация, когда отсутствуют запасы, может привести к:	Ухудшению имиджа производителя товара	2 мин
48.	ПК 1.2.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	При закупке фирмами больших количеств продукции и отправки их большими экономическими партиями происходит:	Уменьшение затрат на транспортировку	2 мин
49.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и	Тема 2.5	Дайте определения понятиям	Условия хранения -	7 мин

		управление торгово-сбытовой деятельностью	Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки. Вопрос №1	«условия хранения», «режим хранения».	совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище. Режим хранения - совокупность климатических и санитарно-гигиенических требований, обеспечивающих сохранность товаров.	
50.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.27 Товарные склады в торговле. Вопрос № 2	Дайте определение понятия «склад». Назовите основные функции складов.	Склад - территория, помещение (также их комплекс), предназначенное для хранения материальных ценностей и оказания складских услуг. Склады используются производителями, импортёрами, экспортёрами, оптовыми торговцами, транспортными предприятиями, таможней. В логистике склад выполняет функцию аккумуляции резервов материальных ресурсов, необходимых для демпфирования колебаний	7 мин

					объёмов поставок и спроса, а также синхронизации скоростей потоков товаров в системах продвижения от изготовителей к потребителям или потоков материалов в технологических производственных системах.	
51.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.21 Организация процессов товародвижения в оптовой торговле. Вопрос № 3	Правила приемки товаров по качеству и количеству	Приемка товара - процесс небыстрый, требует внимательности. К тому же ручной учет не исключает ошибки человеческого фактора. Поэтому его автоматизация является оптимальным решением. Технические детали процедуры приемки обычно не оговариваются в договоре и отдаются на откуп экспедитору и складским работникам. Но существуют общие правила действий при поступлении продукции, выполнение которых способствует исключению ошибок при подсчете количества товара и	7 мин

					определении его качества. Проверка весового товара производится исключительно взвешиванием. Определение количества штучного, весового и объемного товара производится разными способами. Подсчет объемного товара производится по количеству выгруженных мест. При неповрежденной таре приемка осуществляется по указанным на ней данным. На товаросопроводительных документах (ТСД) может делаться пометка, что упаковка не вскрывалась. Допускается выборочная проверка качества запакрованной продукции. С приемщиком товара должен быть подписан договор материальной ответственности. При большом количестве поставщиков необходимо планировать график доставки, что никого не	
--	--	--	--	--	--	--

					задерживать. При наличии нескольких приемщиков товара желательно распределить между ними поставщиков на постоянной основе. При выявлении несоответствия в документах обязательно составляется акт. При отсроченном выявлении брака продукции в закрытой таре необходимо известить об этом поставщика, максимально сохранив упаковку. В договоре приемки важно оговаривать сроки проверки товара магазином. Особенно актуально это для скоропортящейся продукции.	
52.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Принцип «Организация, ориентированная на потребителя» означает: что организация должна понимать и выполнять требования потребителей; что организация должна выпускать современную эффективную продукцию;	Организация должна понимать и выполнять требования потребителей;	2 мин

				что организация должна устанавливать тесные связи с потребителями своей продукции		
53.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 2	Объект управления качеством - это: Организация Совет директоров организации Руководство структурных подразделений организации	Организация	2 мин
54.	ПК 1.3.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 3	Отношения в области защиты прав потребителей регулируются: Законом «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом РФ; Законом «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом РФ, а также принимаемыми в соответствии с ним иными федеральными законами и правовыми актами РФ; Гражданским кодексом РФ, а также принимаемыми в соответствии с ним иными федеральными законами и правовыми актами РФ.	Законом «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом РФ, а также принимаемыми в соответствии с ним иными федеральными законами и правовыми актами РФ;	2 мин
55.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.1 Общие положения организации торговли. Вопрос №2	Виды и типы предприятий розничной торговли.	Предприятия розничной торговли могут быть классифицированы по ассортименту реализуемых товаров.	7 мин

					Различают универсальные, специализированные магазины, магазины с комбинированным, а также смешанным ассортиментом товаров. Универсальный магазин, специализированный магазин, магазин с комбинированным ассортиментом товаров, магазин со смешанным ассортиментом товаров, торговый комплекс, торговый центр, магазин.	
56.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.2 Организация розничной торговли, её виды и типы. Вопрос №2	Типы и виды предприятий оптовой торговли	В настоящее время сеть оптовых торговых предприятий представлена предприятиями различных форм собственности и ведомственной принадлежности. Оптовые предприятия первого уровня - крупные оптовые структуры общенационального (федерального) и межрегионального масштабов. Оптовые предприятия второго уровня - оптовые предприятия	7 мин

					регионального (внутрирегионального) уровня. Универсальные посредники - это оптовики-купцы или оптовые торговцы, или оптовые предприятия или дистрибьюторы.	
57.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 2.2 Организация розничной торговли, её виды и типы. Вопрос №3	Розничные торговые сети: понятия, классификация, показатели структуризации, принципы размещения.	Розничная торговая сеть - это совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей. Розничная торговая сеть классифицируется по двум признакам: стационарности и товарно-ассортиментному профилю. По первому признаку розничная торговая сеть разделяется на: стационарную (магазины); полустационарную (павильоны, палатки, ларьки, киоски);	7 мин

					передвижную (развозная и разносная). По второму признаку розничная торговая сеть разделяется на: смешанную (торгующую продовольственными и непродовольственными товарами на одном рабочем месте продавца); специализированную (торгующую товарами одной или двух-трех групп или комплексов); узкоспециализированную (торгующую отдельными подгруппами и видами товаров); универсальную (торгующую всеми группами или продовольственными или непродовольственными товаров).	
58.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 1	Серьезным оружием в конкурентной борьбе в сфере розничной торговли является а) Фасад магазина б) Дизайн магазина в) Внешний вид полов г) Мебель и инвентарь	Дизайн магазина	2 мин
59.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-	Тест № 2	Процесс перемещения товаров от производителя до	Товародвижения	2 мин

		сбытовой деятельностью		потребителя: а) товародвижения б) товаропоступление в) товаровывоз г) товароразмещение		
60.	ПК 1.4.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товара: а) Торговая деятельность б) Рыночные отношения в) Частные отношения г) Торговые отношения	Торговая деятельность	2 мин
61.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.15 Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле. Вопрос № 1	Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые ими потребности	Крупные торговые объекты выходят напрямую к изготовителю, закупают у коммерческих структур, используют посылочную торговлю, оптовые рынки. Поэтому, чтобы заинтересовать своих покупателей, оптовые предприятия должны продумать комплекс оптовых торговых услуг: - предоставлять отсрочку оплаты, - осуществлять доставку товара силами оптовой базы, - предлагать широкий ассортимент товаров;	7 мин

					- предоставлять пробные партии товаров с оплатой их по мере реализации; - предоставлять пустующие складские помещения для временного хранения; - организовывать проведение демонстраций мод , выставок- продаж, дегустаций; - осуществлять фасовку товаров; - предоставлять фирменную упаковку	
62.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.15 Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле. Вопрос № 2	Методы оптовой продажи товаров	Различают следующие методы оптовой продажи товаров: по личной отборке товаров покупателями; по письменным, телефонным заявкам (заказам); через разъездных товароведов (коммерсантов) и передвижные комнаты товарных образцов; через автосклады; почтовыми посылками.	2 мин
63.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.15 Организация и управление	Формы оптовой продажи товаров	Различают две основные формы оптовой продажи: - складская,	2 мин

			коммерческой деятельностью в оптовой торговле. Вопрос № 3		- транзитная. При складской форме оптовое предприятие продает свои товары со склада. Применяется при продаже товаров сложного ассортимента (имеют много видов и разновидностей), где требуется подсортировка и комплектация партии для отгрузки. При транзитной форме оптовой продажи товары не завозятся на склад посредника, а направляются от изготовителя в розничные организации и их магазины.	
64.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Что такое торговля? а) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров б) вид некоммерческой деятельности, связанный с оказанием услуг населению в) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и производством продукции г) вид предпринимательской деятельности, связанный с	Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров	2 мин

				куплей-продажей готовой продукции		
65.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Что предназначено для расчетов между поставщиком и получателем? а) кассовый ордер б) Кассовый чек в) Счет г) Товарный чек	Счет	2 мин
66.	ПК 1.5.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Отношения между потребителем и продавцом регулирует закон РФ	Закон «О защите прав потребителей»	2 мин
67.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Добровольная сертификация: схема и правила проведения	Добровольная сертификация проводится по заявлению изготовителя, продавца или потребителя продукции, или услуг для того, чтобы подтвердить соответствие заявленному уровню качества. На сегодняшний день эта процедура является одним из способов повышения конкурентоспособности продуктов и услуг, большинство крупных и успешных брендов успешно используют добровольную сертификацию в качестве маркетингового хода.	7 мин

					Добровольная сертификация позволяет повысить качество продукции российского рынка, так как с ее помощью становится реальным контролировать характеристики товаров, не подлежащих обязательной проверке. Как посредники, так и конечные потребители охотнее делают выбор в пользу товаров и услуг, имеющих сертификат. Сертификация позволяет получить максимально достоверные сведения о продукции и открыто заявлять о них как о своих преимуществах. Добровольная сертификация предполагает обратную связь, поэтому в случае выявления каких-либо нарушений будет проведена проверка, что позволяет как своевременно исправить их, так и отследить наличие фальсифицированной	
--	--	--	--	--	---	--

					продукции.	
68.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №2	Объекты добровольной сертификации	Объекты добровольной сертификации: услуги; продукция; товары. Объектом добровольной сертификации может выступать продукция, не подлежащая обязательной сертификации.	7 мин
69.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №3	Этапы проведения добровольной сертификации	Этапы проведения добровольной сертификации: Оформление и подача заявки на проведение процедуры. Рассмотрение заявки и принятие решения о проведении процедуры. Определяется размер материальных затрат, а также формируется перечень лабораторий, аккредитованных на необходимый вариант сертификации. Производится отбор нужных образцов сотрудниками лаборатории. Сертификационный орган	7 мин

					проводит экспертизу состояния производства или услуги. На основании проведенного исследования составляется протокол. Сертификационный центр изучает протокол и выносит решение о качестве товара / услуги/ производственного процесса и возможности получения документа о соответствии. Заявителю выдается сертификат. На продукцию наносится маркировка со знаком соответствия.	
70.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что услуга соответствует заданным требованиям. Стандартизация Унификация Сертификация Симплификация	Сертификация	2 мин
71.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Средства измерений, которые выпускаются в промышленности, подвергаются Поверке	Сертификации	2 мин

				Стандартизации Сертификации Калибровке		
72.	ПК 1.6.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Получение информации о размере физической или нефизической величины Контроль Методика измерения Измерение Погрешность измерения	Измерение	2 мин
73.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Функции и назначение управленческого общения.	Управленческое общение – это специфическая форма делового общения, связанная с руководством людьми. Три основные функции управленческого общения: Выдача распорядительной информации. Проверка исполнения (получение «обратной» контрольной информации). Оценка исполненного (выдача оценочной информации).	7 мин
74.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью	Техника телефонных переговоров.	Сущность техники ведения переговоров включают 5 основных этапов. Устанавливаем удаленный контакт с клиентом при помощи телефонной	7 мин

			предприятий Вопрос №2		связи. Уточняем позицию клиента по какому-то вопросу или задаче. Демонстрируем собеседнику вашу позицию, однако, если она противоречивая, нужно позицию показывать обособленно, без жесткого нажима. Достигаем с клиентом каких-то результатов по тематике переговоров. Лаконично завершаем общение.	
75.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №3	Основные психологические приемы переговоров?	Деловое общение с одним собеседником начинается с традиционных приветственных слов. С первых минут контакт должен показать, что работник открыт для общения, доброжелателен. Это достигается легкой улыбкой (если она уместна), небольшим наклоном корпуса, головы в сторону собеседника, выражением глаз (внимание и заинтересованность), устремленных на	7 мин

					собеседника. Хорошо бы выдержать небольшую паузу (1-3 секунды). Если ваш партнер не смотрит на вас, то лучше обратиться к нему по имени и отчеству (если знаете его), а потом сказать традиционное: добрый день, здравствуйте и т. д. И после этого обязательно выдержать паузу, с тем чтобы человек ответил вам, включился в общение. Если партнеров больше: двое-трое, то нужно глазами «обратиться» поочередно к каждому.	
76.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Организации, преследующие в качестве основной цели деятельности извлечение прибыли являются: а казенными б некоммерческими с коммерческими	Коммерческими	2 мин
77.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 2	Объектом рекламного воздействия являются: а потребители б рекламо распространители с рекламодатели	Потребители	2 мин
78.	ПК 1.7.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 3	Контролёры-кассиры и контролёры относятся к ... персоналу	К основному (торгово-оперативному) персоналу	2 мин

				а основному (торгово-оперативному) персоналу б вспомогательному персоналу с управленческому		
79.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №1	Предмет, объект статистики	Объектом изучения статистики является общество во всем многообразии ее форм и проявлений. Предметом статистики выступают размеры и количественные соотношения качественно определенных социально-экономических явлений, закономерности их связи и развития в конкретных условиях места и времени.	7 мин
80.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №2	Методы статистики.	Для изучения предмета статистики разработаны и применяются специфические приемы, совокупность которых образует методологию статистики (методы массовых наблюдений, группировок, обобщающих показателей, динамических рядов, индексный метод и т.д.).	7 мин
81.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.2 Организация коммерческих	Задачи статистики.	Задачи статистики определяются социально-экономическими	7 мин

			служб и управление коммерческой деятельностью предприятий Вопрос №3		потребностями общества. Одной из основных задач статистики является всестороннее освещение социально-экономического положения РФ, происходящих изменений, связанных с переходом к рыночным отношениям.	
82.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Относительные величины выражаются в: Выберите один ответ: килограммах, метрах, тоннах, штуках коэффициентах, процентах, промилле	Коэффициентах, процентах, промилле	7 мин
83.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Выберите один или несколько ответов: фиксирующая познавательная стимулирующая управленческая	Познавательная, управленческая, стимулирующая	2 мин
84.	ПК 1.8.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Непрерывным наблюдением считается: Выберите один ответ: инвентаризация товарно-материальных ценностей сбор данных о выданных банком кредитах учёт кассовой выручки	Учёт кассовой выручки	2 мин

85.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.16 Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование Вопрос №1	Сущность закупочной логистики	Закупочная логистика - это управление материальными потоками в процессе обеспечения производственных организаций необходимыми материальными ресурсами, а торговых организаций - товарами. Данная сфера определяет: что, сколько, у кого и на каких условиях закупить; как реализовать принцип системности, то есть синхронизировать закупки с производством и сбытом, а деятельность производственных организаций и торговых организаций - с поставщиками.	7 мин
86.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.16 Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование Вопрос №2	Цели закупочной логистики	Основной целью закупочной логистики является обеспечение производственных и торговых организаций необходимыми материальными ресурсами и товарами, то есть удовлетворение потребностей производства и торговли в	

					материалах и товарах, с максимально возможной экономической эффективностью, надлежащим качеством, соответствующим количеством и в кратчайшие сроки.	
87.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 1.16 Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование Вопрос №3	Задачи закупочной логистики	Обеспечение закупки материальных ресурсов и товаров в таком ассортименте, который в наибольшей степени отвечает требованиям производства и торговли, - безусловное выполнение требований производства и торговли к качеству закупаемых материальных ресурсов и товаров; - обеспечение поставок материальных ресурсов и товаров в полном объеме в соответствии с выявленными потребностями производства и торговли в них; - достижение строгой согласованности сроков закупки материальных ресурсов со сроками их поступления в	7 мин

					производство, и товаров с потребностью рынка; - определение наиболее рациональных партий закупки материальных ресурсов и товаров; - обеспечение доставки материальных ресурсов и товаров наиболее экономичным способом в нужное место и своевременной их разгрузки.	
88.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 1	Объектом изучения логистики являются: материальные потоки товарных отношений внутри предприятия материальные потоки и расходы, связанные с конкретной организацией связанные друг с другом материальные и информационные потоки.	связанные друг с другом материальные и информационные потоки.	2 мин
89.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест № 2	Объект исследования в логистике – это: движение товара, в ходе котором возникают экономические отношения соответствующие друг другу материальные и информационные потоки все торговые процессы.	соответствующие друг другу материальные и информационные потоки	2 мин
90.	ПК 1.9.	ПМ.01 Организация и	Тест № 3	Логистика является:	наукой и искусством	2 мин

		управление торгово-сбытовой деятельностью		научой и искусством управления материальным потоком организацией различных перевозок предпринимательской деятельностью и искусством в ней.	управления материальным потоком	
91.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 3.17 Организация оснащения оборудованием торговых организаций. Вопрос №1	Классификация торгово-технологического оборудования.	Совершенствование торгового процесса дает возможность классифицировать торговое оборудование по функциональному назначению на группы: 1. Погрузочно-разгрузочное оборудование (лифт, подъемник, лебедки и др.). 2. Для доставки товаров в магазин (ящики, паки, тара-оборудование транспортно-торговое оборудование). 3. Оборудование для приемки и хранения товаров (стеллажи, весы товарные, напольные). 4. Для фасовки и упаковки товаров (фасовочные автоматы, электро пакеты, термопленку, весы настольные).	7 мин

					5. Для выкладки и продажи товаров (горки, прилавки, витрины, подиумы, холодильники); 6. Для взвешивания товаров на рабочем месте продавца (ВНЦ, электронные). 7. Для расчета с покупателями (РРО, POS – системы, терминалы, компьютерно-кассовые системы).	
92.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 3.17 Организация оснащения оборудованием торговых организаций. Вопрос №2	Технический прогресс в торговле	Технический прогресс в торговле выражается в совершенствовании торгового процесса. Значительную роль здесь играет уровень развития материально-технической базы торговли, механизации и автоматизации тяжелых и трудоемких работ. Все операции торгового процесса, выполняемые в торговых организациях, могут быть объединены в несколько групп. К числу наиболее тяжелых и трудоемких работ, которые должны быть механизированы и	7 мин

					автоматизированы в первую очередь, относятся: • погрузочно-разгрузочные работы; • внутримагазинное перемещение грузов; • подготовка товаров к продаже; • операции расчета с покупателями с использованием кассовых POS-терминалов и другой электронной техники, позволяющих быстро и оперативно работать с большой номенклатурой товарно-материальных ценностей.	
93.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тема 3.17 Организация оснащения оборудованием торговых организаций. Вопрос №3	Организация технического обслуживания торгового оборудования.	Техническим обслуживанием (ТО) называется комплекс операций по поддержанию работоспособности или исправности изделия при использовании его по назначению, хранении и транспортировании. Для большинства оборудования установлены следующие виды ТО:	7 мин

					ежемесячное техническое обслуживание ЕО, которое выполняется после окончания или перед началом работы; техническое обслуживание №1(ТО1), является плановым и проводится после определенного количества часов работы и установленного объема работ; техническое обслуживание №2 (ТО2) – периодичность и объем указаны в специальных нормативных документах.	
94.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №1	Весы – это прибор для измерения ... объема товара массы товара количества товара	Массы товара	2 мин
95.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №2	Инвентарь витринно-выставочный, рекламный: корзины для бумаг подставки вазы корзины	Подставки вазы корзины	2 мин
96.	ПК 1.10.	ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	Тест №3	Инвентарь торговый – это... различные приборы и инструменты, используемые в	Различные приборы и инструменты, используемые в торгово-	2 мин

				торгово-технологическом процессе мусоросборники, урны для мусора, корзины для бумаг, ведра оцинкованные, щетки, швабры, веники огнетушители, ящики с песком, бочки с водой, противопожарные щиты с набором инструментов насос для перекачки жидкости, лестницы-стремянки, пломбиры, пломбы.	технологическом процессе	
--	--	--	--	---	--------------------------	--

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для проверки результатов освоения вида деятельности (ВД) «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» и составляющих его профессиональных и общих компетенций, образовательной программы СПО по специальности (38.02.04 Коммерция (по отраслям)).

ФОС разработан на основании ФГОС, образовательной программы СПО и рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью (далее - ПМ).

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения ПМ является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности (в соответствии с рабочей программой ПМ) и сформированность профессиональных и общих компетенций.

Формой аттестации по ПМ является экзамен по модулю.

2. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Таблица 1

Элемент профессионального модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности	Экзамен	Собеседование Контрольный срез
МДК.01.02 Организация торговли	Курсовая работа Экзамен	Собеседование Контрольный срез Реферат
МДК.01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда	Курсовая работа Экзамен	Собеседование Контрольный срез Реферат
УП.01.01	Дифференцированный зачет	
ПМ (в целом)	Экзамен по модулю	

3. Результаты освоения профессионального модуля

3.1. Оценка профессиональных и общих компетенций

В результате контроля и оценки по ПМ осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК 1.2.	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.3.	Принимать товары по количеству и качеству.
ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
ПК 1.5.	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.
ПК 1.6.	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
ПК 1.7.	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК 1.8.	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
ПК 1.9.	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
ПК 1.10.	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.
Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

3.2. Требования к курсовой работе (проекту): методические рекомендации по выполнению курсовой работы.

4. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

4.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Вопросы для собеседования

МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности

Тема 1.

Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности.

Классификация хозяйствующих субъектов.

1. Основные типы предприятий как юридических лиц.
2. Коммерческие и некоммерческие организации, их характеристика.
3. Основные организационно-правовые формы единичных и групповых компаний.
4. Факторинговые и инжиниринговые компании, особенности их функционирования

Тема 2. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий.

1. Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия.
2. Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею: методология, процесс, структура, техника технология управления.

Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

1. Информация как предмет коммерческого распространения.
2. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.
3. Технология и индустрия распространения коммерческой информации.
4. Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.

Тема 4. Планирование снабжения.

1. Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами.
2. Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов.
3. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.

Тема 5. Планирование сбыта.

1. Основные этапы планирования сбыта: определение внешних и внутренних факторов; подбор внешней и внутренней информации; анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана; плана сбыта.
2. Составляющие плана сбыта: цели и задачи сбыта, стратегия и техника сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению, методы проверки плана сбыта.

Тема 6. Организация коммерческой деятельности в предприятиях промышленности, сельского хозяйства и других сферах.

1. Организационная структура и функции отделов снабжения предприятий.
2. Способы организации деятельности аппарата сбыта.
3. Организационные отношения в организационных структурах коммерческой деятельности предприятия и их регламентация.

Тема 7. Стимулирование сбыта.

1. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха.
2. Особенности стимулирования сбыта потребительских товаров.
3. Стимулирование и его роль в жизненном цикле товара.
4. Основные цели стимулирования продаж.
5. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор.

Тема 8. Особенности формирования ассортимента.

1. Формирование производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии
2. Развитие и технология планирования производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии.

Тема 9 Особенности коммерческой работы на розничном торговом предприятии.

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

Тема 10. Особенности организации товародвижения и продажи товаров.

1. Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке.
2. Организация системы сбыта, организационные формы и методы сбыта товаров.

Тема 11. Сервисное обслуживание и его особенности на предприятиях отраслевой направленности.

1. Сущность сервиса в системе коммерческо-сбытовой деятельности.

2. Основные принципы и задачи организации сервиса на предприятиях розничных сфер деятельности.

Тема 12. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий.

1. Суть и состав коммерческих процессов, осуществляемых предприятиями.
2. Цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов.
3. Условия построения и реализации модели коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, информационное обеспечение.

Тема 13. Коммерческие инновации.

1. Роль нововведений в коммерческой деятельности в обновлении основных фондов.
2. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия.
3. Инвестиции в коммерческие инновации.

Тема 14. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.

1. Коммерческие действия на оптовом предприятии.
2. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, осуществляющих закупку и сбыт товаров покупателям.
3. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле.

Тема 15. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле.

1. Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия.
2. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.
3. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития.
4. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.

Тема 16. Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование.

1. Характеристика рынков закупок и сбыта товаров. Методы исследования рынков закупок и сбыта.
2. Спрос и емкость рынков сбыта товаров, как два неотъемлемых фактора развития коммерческой деятельности в оптовой торговле.
3. Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами.

Тема 17. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле.

1. Составляющие товарно-ассортиментной политики в оптовой торговле.
2. Целенаправленное управление товарными ресурсами и номенклатурой товаров с ориентацией на потребителя.
3. Факторы и процедура образования товарно-ассортиментной политики.

Тема 18. Коммерческие связи в оптовой торговле.

1. Общая характеристика формирования хозяйственных связей в оптовой торговле.
2. Виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хранению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль.
3. Типы коллективных предприятий в оптовой торговле.

Тема 19. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров.

1. Факторы, способствующие осуществлению закупочной деятельностью.
2. Планирование, формирование и осуществление закупок.
3. Особенности коммерческих действий при закупке товаров.

Тема 20. Организация и управление коммерческой работой в сфере продаж товаров.

1. Отдел продажи и его функции.
2. Формирование заказов потребителей: подготовка потребителями заказов на поставку товаров, способы их передачи и расчета за товары, определение стоимости заказываемых товаров.
3. Продажа товаров: методы, организация и эффективность.

Тема 21. Организация процессов товародвижения в оптовой торговле

1. Организация товародвижения в оптовой торговле, ее особенности, принципы, формы и

каналы товародвижения.

2. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения. Доставка, приемка и хранение товаров на складе.

3. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе.

Тема 22. Организация безопасности оптового торгового предприятия.

1. План обеспечения безопасности.

2. Организация системы контроля за доставкой и сохранностью товаров.

Тема 23. Порядок ценообразования и финансовое обеспечение коммерческой деятельности в оптовой торговле.

1. Факторы, влияющие на цены при закупке и продаже товаров.

2. Критическая точка цены и ее определение.

3. Калькуляция цены на реализуемые товары.

Тема 24. Результаты коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.

1. Определение затрат, связанных с куплей и продажей товаров.

2. Затраты, связанные с коммерческими и производственными процессами оптового предприятия и критерии их оценки.

3. Влияние затрат на прибыль предприятия.

Тема 25. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.

2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

Тема 26. Исследование рынка потребительских товаров.

1. Анализ рынка потребительских товаров.

2. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости.

3. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на коммерческую деятельность в торговле.

Тема 27. Организация розничной торговой сети.

1. Классификация розничной торговой сети, показатели структуризации, методы размещения.

2. Основные направления развития.
3. Организационно-экономические характеристики типов различных торговых предприятий.

Тема 28. Коммерческие связи розничных торговых предприятий в условиях рынка.

1. Виды коммерческих связей розничных торговых предприятий на потребительском рынке.
2. Вертикальные и горизонтальные связи с субъектами рынка.
3. Прямые коммерческие связи торговых предприятий с партнерами и торгово-посредническими фирмами.

Тема 29. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.

1. Методы управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия, функциональные и организационные структуры, техника и технология управления.
2. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.

Тема 30. Ассортиментная политика розничных торговых предприятий.

1. Формирование ассортимента потребительских товаров.
2. Товарно-ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент.
3. Ассортиментный перечень потребительских товаров, контроль за ассортиментом.

Тема 31. Организация закупочной деятельности и товароснабжения на розничном торговом предприятии.

1. Сущность закупочной деятельности на розничном торговом предприятии.
2. Планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок; процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный объем.
3. Товароснабжение как основа торгово-коммерческого процесса, его значение и автономные функции.

Тема 32. Организация торгового процесса на розничном предприятии.

1. Организация торгового процесса.
2. Торгово-коммерческий процесс в розничном торговом предприятии.

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

Тема 33. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

1. Основные экономические показатели розничного торгового предприятия: товарооборот; валовый доход; торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом; прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров.

2. Удельные показатели эффективности торгового предприятия: доля оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработанная плата, приходящиеся на одного работающего.

Тема 34. Организация и управление коммерческой деятельностью в торгово-посреднических структурах.

1. Виды торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.

2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы Российской Федерации.

Тема 35. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках, ярмарках, аукционах и торгах.

1. Сущность организации и управления коммерческой деятельностью

2. Организационная структура, функции, технология организации и управления коммерческой деятельностью.

Тема 36. Основные элементы инфраструктуры рынка.

1. Сущность, основные элементы и функции инфраструктуры рынка.

2. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка: биржи, банки, брокерские фирмы, страховые, консалтинговые, аудиторные компании.

3. Понятие и сущность коммерческой работы.

Тема 37. Формирование инфраструктуры лизингового рынка РФ.

1. Основные понятия, субъекты и объекты лизинга. Правовое регулирование лизинга в РФ.
2. Лизинговые компании и организационные формы лизинга в РФ. Виды лизинга.
3. Этапы заключения лизинговых сделок, лизинговый договор. Лизинговые операции в коммерческих банках.

Тема 38. Организация коммерческой деятельности банков.

1. Задачи и цели банка. Рынок банковских услуг.
2. Структура банка и место в ней маркетинга и реклама. Виды безналичных расчетов и кассовые операции коммерческого банка.
3. Порядок кредитования юридических и физических лиц.

Тема 39. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

1. Сущность и понятие страхования.
2. Государственное регулирование страхования.
3. Страхование предпринимательских рисков, коммерческих рисков.

Тема 40. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.

1. Элементы анализа коммерческой деятельности предприятия на отраслевом рынке, свойства и методы анализа.
2. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.

1. Критерии оценивания компетенций

Отметка "отлично" выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметка "хорошо" выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Отметка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности

Тема 1. Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности. Классификация хозяйствующих субъектов.

1. Основные типы предприятий как юридических лиц.
2. Коммерческие и некоммерческие организации, их характеристика.

3. Основные организационно-правовые формы единичных и групповых компаний.
4. Факторинговые и инжиниринговые компании, особенности их функционирования

Вопросы для обсуждения:

1. В чем заключается коммерческая деятельность?
2. Коммерческая деятельность осуществляется только в торговле?
3. Какая работа должна предшествовать продаже товаров, что бы она была успешной?
4. Назовите этапы коммерческой работы?
5. Какой информацией должен обладать коммерсант для успешной работы на рынке?
6. Почему в коммерческой работе большое значение имеет выбор коммерческих партнеров?
7. Магазин занимается розничной или оптовой продажей товаров?
8. Чем руководствуется торговое предприятие при формировании своего ассортимента?
9. Назовите основные формы коммерческих структур?
10. Чем характеризуются некоммерческие организации?
11. Каких видов бывают товарищества?
12. Чем характеризуется полное товарищество?
13. Чем отличается коммандитное товарищество от полного?
14. В чем принципиальное отличие общества от товарищества?
15. По масштабу деятельности, размеру уставного капитала какое общество является наиболее крупным?
16. Каких видов бывают АО? В чем их различия?
17. В каких случаях товарищество должно быть преобразовано в общество (или иную форму организации коммерческой деятельности)?

Тема 7. Стимулирование сбыта.

1. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха.
2. Особенности стимулирования сбыта потребительских товаров.
3. Стимулирование и его роль в жизненном цикле товара.
4. Основные цели стимулирования продаж.
5. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор.

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите организацию фирменной торговли на примере конкретного хозяйственного предприятия.
2. Перечислите новые средства стимулирования, появившиеся в нашей стране, назовите их преимущества, недостатки и эффективность.

3. Определите Ваше отношение к рекламе товаров и оцените ее эффективность и правдивость на примере конкретной хозяйственной организации (компании).
4. Согласны ли Вы с утверждением, что средства стимулирования сбыта эффективны только среди потребителей продукции.?
5. Перечислите средства стимулирования сбыта товаров чаще всего используемые хозяйственным предприятием?
6. Какие основные цели ставятся руководством хозяйственного предприятия в процессе разработки программы стимулирования сбыта в кратко – и в среднесрочном периоде.
7. Как происходит оценка результатов программы или кампании стимулирования сбыта?

Тема 14. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.

1. Коммерческие действия на оптовом предприятии.
2. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, осуществляющих закупку и сбыт товаров покупателям.
3. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле.

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите концепцию оптовой торговли как составную часть общей государственной торговой политики.
2. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.
3. Дайте характеристику составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле.
4. Какие товары закупаются на оптовых рынках?
5. Кто являются продавцами на оптовых рынках?
6. Кто являются покупателями на оптовых рынках?
7. Как классифицируются рынки по территориальному признаку?
8. Назовите виды рынков по ассортименту реализуемых товаров.
9. Назовите основную форму организации торгового процесса на оптовом рынке. В чем ее суть?

Тема 15. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле.

5. Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия.
6. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.
7. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития.
8. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?
2. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.

3. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации в оптовой торговле. Дайте характеристику складскому хозяйству в оптовой торговле.

Тема 17. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле.

1. Составляющие товарно-ассортиментной политики в оптовой торговле.
2. Целенаправленное управление товарными ресурсами и номенклатурой товаров с ориентацией на потребителя.
3. Факторы и процедура образования товарно-ассортиментной политики.

Вопросы для обсуждения:

1. Проанализируйте сущность и составные элементы товарно-ассортиментной политики оптового предприятия.
2. Опишите стратегию и тактику оптового торгового предприятия на рынке закупок и сбыта товаров.
3. Перечислите факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры продажи товаров оптовым торговым предприятием.

Тема 20. Организация и управление коммерческой работой в сфере продаж товаров.

1. Отдел продажи и его функции.
2. Формирование заказов потребителей: подготовка потребителями заказов на поставку товаров, способы их передачи и расчета за товары, определение стоимости заказываемых товаров.
3. Продажа товаров: методы, организация и эффективность.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите функции отдела продаж в оптовом предприятии.
2. Раскройте содержание основных этапов процесса формирования объема и структуры реализации товаров.
3. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях?

Тема 25. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите цели коммерческой работы розничного торгового предприятия.
2. Укажите значимость целевой программы стратегического планирования для развития коммерческой деятельности в розничном торговле.
3. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
4. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.

Тема 30. Ассортиментная политика розничных торговых предприятий.

1. Формирование ассортимента потребительских товаров.
2. Товарно-ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент.
3. Расширение и обновление ассортимента товаров.
4. Ассортиментный перечень потребительских товаров, контроль за ассортиментом.

Вопросы для обсуждения:

1. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?
2. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменений спроса на товары.
3. Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия.
4. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой в розничном торговом предприятии.
5. Что такое ассортиментный перечень?
6. Как осуществляется контроль за ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии?

Тема 35. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках, ярмарках, аукционах и торгах.

1. Сущность организации и управления коммерческой деятельностью
2. Организационная структура, функции, технология организации и управления коммерческой деятельностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибьюторов и дилеров.
2. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм продаж товаров?
3. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?
4. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.
5. Каковы особенности развития коммерческой деятельности торгово-посреднических фирм в России и зарубежных странах?
6. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
7. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.
8. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях? Изложите сущность аукционной торговли товарами.
9. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

Тема 39. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

1. Сущность и понятие страхования.
2. Государственное регулирование страхования.
3. Страхование предпринимательских рисков, коммерческих рисков.

4. Принципы и организация страхования экспортных рисков.
5. Страхование банковских рисков.
6. Порядок заключения и прекращения договора страхования.
7. Страховой маркетинг.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем заключается сущность экономического содержания страхования? Основные нормативные акты, регламентирующие страховую деятельность в России.
2. Дайте характеристику коммерческой деятельности страховых компаний.
3. В чем заключается страховой маркетинг?

Критерии оценивания компетенций

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если в процессе проведения собеседования он показывает исчерпывающие знания, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, необходимые практические компетенции не сформированы.

Контрольные срезы
МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности

Контрольный срез № 1

1 вариант

1. Коммерческие и некоммерческие организации, их характеристика.
2. Информация как предмет коммерческого распространения.

2 Вариант

- 1.Формирование производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

Контрольный срез № 2

1 вариант

1. Сущность и понятие страхования.
- 2.Основные понятия, субъекты и объекты лизинга. Правовое регулирование лизинга в РФ.

2 вариант

1. Коммерческие риски и способы их уменьшения.
2. Ассортиментный перечень потребительских товаров, контроль за ассортиментом.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Вопросы к экзамену **МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности**

1. Основная классификация хозяйственных организаций (предприятий).
2. Типология организаций как юридических лиц.
3. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.
4. Основные единичные и групповые организационные формы компаний.
5. Особенности функционирования факторинговых и инжиниринговых компаний.
6. Цели, функции и задачи коммерческой службы хозяйственного предприятия.
7. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой.
8. Методология управления коммерческой деятельностью.
9. Процесс управления коммерческой деятельностью.
10. Структура управления коммерческой деятельностью.
11. Техника и технология управления коммерческой деятельностью.
12. Информация как предмет коммерческого распространения.
13. Технология и индустрия коммерческого распространения информации.
14. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.
15. Сущность планирования и обеспечения материальными ресурсами хозяйственного предприятия.
16. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов.
17. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.
18. Основные этапы планирования сбыта товаров предприятием в новых условиях хозяйствования.
19. Определение внешних и внутренних факторов для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке.
20. Подбор внешней и внутренней информации для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке.

21. Анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана с целью планирования сбыта.
22. Составляющие плана сбыта: цели и задачи сбыта, стратегия и тактика сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению, методы проверки плана сбыта.
23. Организационная структура и функции отделов снабжения пред- приятий. 24. Способы организации деятельности аппарата сбыта.
25. Регламентация организационных отношений в организационных структурах коммерческой деятельности предприятия.
26. Стимулирование сбыта как один из прогрессивных приемов, направленный на достижение коммерческого успеха.
27. Особенности стимулирования сбыта товаров народного потребления (или производственного назначения).
28. Выбор форм и методов стимулирования сбыта товаров в условиях рынка.
29. Искусство коммерции и сбыта, их эволюционное развитие.
30. Развитие основных организационно-правовых форм предприятий на рынке товаров и услуг.
31. Структура и составные части коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
32. Планирование и организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
33. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового предприятия. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
34. Стратегия и политика ценообразования товаров в оптовом предприятии.
35. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
36. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
37. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
38. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров оптовым предприятием.
39. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
40. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия в сфере закупок.
41. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовым предприятием.
42. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торгов- ли с использованием компьютерной техники.
43. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров в оптовом торговом предприятии с использованием инструментов маркетинга.
44. Продажа товаров со склада оптового торгового предприятия: методы, организация и эффективность.
45. Отдел продажи оптового торгового предприятия и его функции.
46. Организация доставки товаров от поставщиков на склады оптовых предприятий.
47. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение оптовым торговым предприятием.
48. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.

49. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе оптового предприятия.
50. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе оптового предприятия.
51. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии.
52. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей оптового торгового предприятия.
53. Показатели эффективности коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.
54. Затраты, связанные с коммерческим и производственными процессами оптовых предприятий, критерии их оценки.
55. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
56. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
57. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.
58. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.
59. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.
60. Исследование и анализ рынка потребительских товаров как основа развития коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
61. Конъюнктура рынка потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельность в розничной торговле.
62. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.
63. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.
64. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.
65. Предпосылки и надежность хозяйственных связей розничных торговых предприятий с поставщиками потребительских товаров.
66. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.
67. Формирование вертикальных и горизонтальных связей розничных торговых предприятий с субъектами потребительского рынка.
68. Организационная структура управления розничного торгового предприятия как основополагающая в осуществлении коммерческой деятельности.
69. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью в розничной торговле.
70. Формирование ассортимента потребительских товаров: понятие, факторы и этапы.
71. Организация закупочной деятельности в розничном торговом предприятии.
72. Товароснабжение как основа осуществления торгового процесса в розничном торговом предприятии: функции, элементы, их издержки.
73. Понятие, содержание и результативность торгового процесса в розничном торговом предприятии.

74. Задачи и коммерческие функции приемки товаров в розничном торговом предприятии.
75. Задачи и коммерческие функции в процессе складирования, хранения и подготовки товаров к продаже в розничном торговом предприятии.
76. Понятие продажи товаров в розничном торговом предприятии как коммерческой сделки.
77. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.
78. Психология и этика торгового персонала при обслуживании покупателей.
79. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.
80. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
81. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
82. Особенности организации и управления коммерческой деятельности оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы РФ.
83. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах и в торговых домах.
84. Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках.
85. Техника и технология организации и управления коммерческой деятельностью на аукционах.
86. Торги как форма соревновательной торговли на рынке товаров (работ, услуг).
87. Формирование и развитие производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии.
88. Технология планирования производственного ассортимента в хозяйственном предприятии.
89. Организация закупок товаров предприятием в новых условиях хозяйствования.
90. Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятий, основные принципы их проведения, планирование поступления и закупки товара.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения

достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Вопросы к экзамену МДК.01.02 Организация торговли

1. Понятие и сущность процесса товародвижения
2. Принципы рационального построения процесса товародвижения
3. Формы и организационно-хозяйственные звенья в торговли
4. Организация розничной торговли. Понятие розничной торговли.
5. Классификация предприятий розничной торговли
6. Виды торговых зданий
7. Состав и взаимосвязь помещений магазина
8. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
9. Товароснабжение розничной торговли
10. Товарные запасы. Предназначение, классификация.
11. Технология хранения товаров.
12. Подготовка товаров к продаже. Специфические операции, свойственные отдельным группам товаров
13. Размещение товаров предприятий розничной торговли.
14. Выкладка товаров предприятий розничной торговли. Оформление полок.
15. Размещение розничной торговой сети в городах
16. Современные направления развития розничной торговой сети
17. Формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров
18. Правила работы розничных торговых предприятий

19. Услуга розничной торговли
20. Технология продажи товаров.
21. Качество торгового обслуживания.
22. Нормативные акты, регулирующие отдельные сферы потребительского законодательства.
23. Общие положения правил продажи отдельных видов товаров.
24. Особенности продажи продовольственных товаров
25. Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.
26. Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней.
27. Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.
28. Особенности продажи товаров бытовой химии.
29. Особенности продажи животных и растений.
30. Особенности продажи оружия и патронов к нему.
31. Особенности продажи товаров, бывших в употреблении
32. Общие требования к отпуску лекарственных средств
33. Требования к отпуску наркотических и психотропных средств
34. Контроль за отпуском аптечными учреждениями (организациями) лекарственных средств.
35. Особенности продажи товаров по образцам. Контроль за соблюдением настоящих правил.
36. Прием товаров на комиссию. Определение цены товара, принятого на комиссию и размера комиссионного вознаграждения
37. Продажа товаров, принятых на комиссию. Уценка товаров, принятых на комиссию.
38. Порядок расчетов комиссионера с комитентов за проданный товар. Контроль за соблюдением правил настоящего положения.
39. Требования к организации деятельности исполнителя. Информация об оказываемых услугах по реализации туристского продукта.
40. Договор о реализации туристского продукта. Порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору.
41. Роль и функции оптовой торговли.
42. Классификация оптовой торговли и предприятий оптовой торговли.
43. Комплексная программа развития инфраструктуры товарных рынков
44. Оптовые продовольственные рынки
45. Товарные биржи
46. Торговые дома
47. Оптовые ярмарки и выставки
48. Аукционы
49. Порядок установления хозяйственных связей и операции по оптовым поставкам товаров
50. Методы поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги
51. Поставка товаров для государственных нужд

52. Взаимосвязь экономических категорий «товародвижение» и «товароснабжение»
53. Факторы звенности товародвижения
54. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения
55. Организация доставки товаров в магазины
56. Роль, функции и классификация складов
57. Виды складских сооружений и оборудование складов
58. Устройство и основы проектирования складов
59. Устройство специальных складов
60. Работа складов общего пользования
61. Расчет складских площадей и основные показатели работы складов
62. Организация технологического процесса на складах
63. Выбор транспортных средств для перевозки товаров
64. Организация перевозок товаров железнодорожным транспортом
65. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом
66. Основные направления развития транспортно-экспедиционного обслуживания товарных рынков.

1. Критерии оценивания компетенций

Отметка "отлично" выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметка "хорошо" выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Отметка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Темы рефератов

МДК.01.02 Организация торговли

Тема 2. Организация розничной торговли, их виды и типы.

1. Понятие розничной торговли.
2. Классификация предприятий розничной торговли.
3. История развития и становления розничной торговли.

Тема 3. Технологические планировки предприятий торговли. Федеральные налоги и сборы.

1. Виды торговых зданий.
2. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
3. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Тема 4. Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Вид самостоятельной работы: написание реферата.

1. Товароснабжение розничной торговли.
2. Товарные запасы.
3. Рациональная организация закупки.
4. Методы и маршруты доставки товаров.

Тема 11. Закон РФ «О защите прав потребителей».

1. НПА, регламентирующие организацию торговой деятельности и защиту прав потребителей.

2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Основные положения и понятия.
3. Советское законодательство о защите прав потребителей.

Тема 12. Общие положения правил продажи отдельных видов товаров.

1. Особенности продажи продовольственных товаров.
2. ФЗ, регламентирующие правила продажи отдельных видов товаров.
3. Зарубежный опыт продажи отдельных видов товаров.

Тема 13. Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов.

1. Продажа ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, произведенных в Российской Федерации, ввезенных на ее территорию, подлежащих клеймению.
2. История возникновения косметических товаров.
3. Зарубежный опыт продажи изделий из драгоценных металлов и камней.

Тема 14. Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии.

1. История возникновения лекарственных препаратов.
2. Правила хранения лекарственных средств.
3. Правила уничтожения медикаментов.

Тема 15. Правила продажи оружия, животных и растений.

1. История возникновения оружия и патронов к нему.
2. Зарождение концепции прав животных.
3. Общество по предотвращению жестокого обращения с животными (SPCA).

Тема 16. Правила продажи алкогольной продукции и непродовольственных товаров бывших в употреблении.

1. Особенности продажи непродовольственных товаров, бывших в употреблении.
2. Сведения о состоянии товара, имеющихся в нем недостатках, проведенных в отношении товара санитарно-противоэпидемических мероприятиях.
3. Назначении товара и возможности использования его по назначению или для иных целей.

Тема 17. Порядок отпуска лекарственных средств.

1. Организация рабочего места по приему рецептов и отпуску лекарств.
2. Порядок отпуска лекарственных средств, осуществляемых бесплатно или со скидкой.
3. Основные обязанности фармацевта по приему рецептов.

Тема 18. Правила продажи товаров по образцам.

1. Розничная торговля по образцам.
2. Способы оплаты при покупке товаров по образцам.
3. Зарубежный опыт продажи товаров по образцам.

Тема 19. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами.

1. Понятие и значение комиссионной торговли.
2. История возникновения комиссионной торговли.
3. Договор комиссии.

Тема 20. Правила продажи дистанционным способом.

1. История возникновения продажи дистанционным способом.
2. Доставка и возврат товара, проданного дистанционным способом.
3. Анализ эффективности способа продажи товаров дистанционным способом.

Тема 21. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.

1. История возникновения туризма.
2. Оценка уровня доходов, осуществляемых от реализации туристского продукта.
3. Особенности оказания услуг по реализации туристского продукта.

Тема 26. Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения.

1. Управленческое решение как процесс.
2. Экономико-математическое моделирование процессов принятия управленческого решения.
3. Частные случаи экономико-математического моделирования в менеджменте на примере прогнозирования и планирования.

Тема 27. Товарные склады в торговле.

1. Назначение и функции складов, их классификация.
2. Технологическое оборудование складов.
3. Технологическое оборудование складов.
4. Организация и технология отпуска товаров со склада.

Тема 28. Устройство складов.

1. Технологические и общетехнические требования к устройству складов.
2. Виды складских помещений и их планировка.
3. Подъемно-транспортное оборудование.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Фонд тестовых заданий

МДК.01.02 Организация торговли

Тема 5. Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки.

Вариант 1

1. Магазин - дискаунт - это...

- А) крупный магазин самообслуживания с преимущественно продовольственным ассортиментом товаров (удельный вес непродовольственных товаров составляет 15-20 %);
- Б) магазины, торгующие товарами по более низким ценам (со скидкой) за счет уменьшения накладных расходов, связанных с обслуживанием товаров (их хранением, подготовкой к продаже и т.п.).
- В) магазины, торгующие товарами низкого качества;
- Г) нет правильного ответа.

2. Универсам – это _____.

- А) Предприятие розничной торговли, предлагающее несколько групп непродовольственных товаров;
- Б) Продовольственный магазин, имеет большой объем товарооборота, продажа по методу самообслуживания.
- В) легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения.
- Г) строение, оснащенное торговым оборудованием без торгового зала.

3. Виды розничной торговой сети.

- А) Государственная, потребительская кооперация, частная, смешанная.
- Б) Стационарная, передвижная, посылочная.
- В) Государственная, частная.
- Г) Нет правильного ответа.

4. Кто проверяет исправность контрольно-кассовых машин, получает разменную монету, выполняет расчетные операции с покупателями, осуществляет сдачу выручки.

- А) товаровед;
- Б) контролер-кассир;
- В) продавец;
- Г) кладовщики.

5. _____ - это площадь, занятая торговым оборудованием (прилавками, горками, стеллажами, тарооборудованием), она составляет 25-30 % площади торгового зала.

- А) установочная;
- Б) площадь для выкладки товаров;
- В) площадь для покупателей.
- Г) нет правильного ответа.

6. Назначение облегченных сооружений.

- А) для размещения магазинов;
- Б) для устройства мелкорозничных торговых предприятий;
- В) для продажи;
- Г) нет правильного ответа.

7. Виды передвижной розничной сети.

- А) посылочная, стационарная;
- Б) развозная, разносная;
- В) стационарная, разносная;
- Г) посылочная, разносная.

8. Типизация магазинов – это ____.

- А) разделение предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров;
- Б) система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокий уровень обслуживания населения.
- В) система мероприятий по доставке товаров от предприятия-изготовителя до покупателя.
- Г) нет правильного ответа.

9. Комбинированный магазин – это ____.

- А) магазин, осуществляющий торговлю товарами нескольких групп, родственных по- своему потребительскому спросу (магазин «мясо-рыба-овощи», «вино-фрукты» и др.);
- Б) магазин, ведущий торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами;
- В) магазин, ассортимент которого включает часть товаров какой-либо товарной группы (магазин «сыры», «колбасы», «чай» и др.).
- Г) Нет правильного ответа.

10. Коммерческие работники, заключающие договора с поставщиками, составляют акты по претензиям, осуществляют контроль за состоянием товарных запасов, изучают спрос населения на товары, проверяют качество товаров.

- А) товароведы;
- Б) контролер-кассир;
- В) продавец;
- Г) кладовщики.

11. Вид линейной планировки, при которой оборудование торгового зала устанавливается вдоль зала.

- А) комбинированная;
- Б) поперечная линейная планировка;
- В) продольная линейная планировка.
- Г) нет правильного ответа.

12. Дата, до которой товар может предлагаться потребителю – это _____,

- А) Срок хранения;
- Б) Срок годности;
- В) Срок реализации;
- Г) Нет правильного ответа.

13. Оптовая торговля - это...

- А) Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.
- Б) Торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием.
- В) Торговля в универсальных магазинах товаров смешанного ассортимента.
- Г) Нет правильного ответа.

14. Документ, используемый при доставке товаров транспортном, называется:

- А) Товарная накладная;
- Б) Товарно-транспортная накладная;
- В) счет-фактура;
- Г) Нет правильного ответа.

15. Смешанный магазин – это _____.

- А) магазин, ведущий торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами;
- Б) магазин, осуществляемый торговлю товарами нескольких групп, родственных по своему потребительскому спросу.
- В) магазин, осуществляющий торговлю товарами одной группы;
- Г) нет правильного ответа.

16. Чистая масса товара без упаковки

- А) Брутто;
- Б) Нетто;

- В) Бракераж;
- Г) Нет правильного ответа

17. _____ - это вид торговли товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием.

- А) Оптовая;
- Б) Розничная;
- В) Универсальная;
- Г) Нет правильного ответа.

18. Период по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению.

- А) Срок годности;
- Б) Гарантийный срок;
- В) Срок службы;
- Г) Нет правильного ответа.

19. Закончите предложение: Группа отраслей народного хозяйства, которые предоставляют населению различные услуги и организуют процесс потребления духовных и материальных благ называется....

- А) Обслуживание досуга и отдыха населения;
- Б) Социальная инфраструктура
- В) Жилищно-коммунальное обслуживание;
- Г) Бытовое обслуживание.

20. По конструктивным особенностям тару подразделяют на:

- А) Неразборную и разборную;
- Б) Разборную и разборно-складную;
- В) Закрытую, открытую, а также штабелируемую;
- Г) Все ответы правильные.

Вариант 2

1. Виды торговли в зависимости от цели, с которой приобретаются товары.

- А) оптовая и розничная;
- Б) государственная, частная, потребительская кооперация;
- В) передвижная, стационарная, почасовая;
- Г) потребительская кооперация, стационарная.

2. Специализация розничных торговых предприятий – это ____.

- А) Разделение предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров.
- Б) Система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокий уровень обслуживания населения.
- В) Система мероприятий по продаже товаров.
- Г) Нет правильного ответа.

3. Документ, устанавливающий технические требования, которым должна удовлетворять продукция, процесс или услуга.

- А) Тарифы;
- Б) Технические условия;
- В) Упаковочный лист;
- Г) нет правильного ответа.

4. Классификация торговых зданий по материалу наружных стен.

- А) каменные, кирпичные, деревянные;
- Б) шлакоблочные, соломенные, деревянные;
- В) железобетонные, бумажные, каменные;
- Г) каменные, шлакоблочные, соломенные.

5. Вид линейной планировки, при которой оборудование торгового зала устанавливается поперек торгового зала.

- А) комбинированная;
- Б) продольная;
- В) поперечная;
- Г) боксовая.

6. _____ - это сооружение легкого некапитального типа с торговым залом и неторговыми помещениями; может быть одно- или двухэтажным, а его конфигурация - прямоугольной, круглой, многогранной.

- А) магазин;

- Б) киоск;
- В) павильон;
- Г) интернет-магазин.

7. Одно из направлений совершенствования розничной торговой сети, которое предусматривает ограничение деятельности торговлей отдельными группами товаров при одновременном расширении внутригруппового ассортимента.

- А) Специализация;
- Б) Типизация;
- В) Стандартизация;
- Г) Унификация.

8. Универмаг – это _____.

- А) Предприятие, предлагающее одну группу непродовольственных товаров;
- Б) Предприятие, предлагающее несколько групп непродовольственных товаров;
- В) Строение, оснащенное торговым оборудованием без торгового зала;
- Г) нет правильного ответа.

9. _____ - это магазин, который включает большое число различных групп продовольственных или непродовольственных товаров.

- А) Специализированный;
- Б) Комбинированный ;
- В) Универсальный;
- Г) Нет правильного ответа.

10. По функциональному принципу в составе сферы обслуживания можно выделить следующие группы отраслей: 1. Охрана имущества и прав граждан; 2. Целлюлозно-бумажная и деревообрабатывающая промышленность; 3. Общее образование (просвещение) и воспитание детей; 4. Судостроительная промышленность; 5. Розничная торговля

- А) 1, 2, 3;
- Б) 1, 3, 5;
- В) 1, 4, 5;
- Г) 1, 3, 4

11. По выполняемым в процессе товарного обращения функциям тару подразделяют на 1. Транспортную; 2. Потребительскую; 3. Тару-оборудование; 4. Подарочную.

- А) 1, 3, 4;
- Б) 1, 2, 3;
- В) 1, 2, 4;
- Г) Нет правильного ответа.

12. Наибольшее внимание покупателей привлекают товары, расположенные в поле их зрения, на высоте:

- А) 70-120см.;
- Б) 80-160см.
- В) 100-120см.;
- Г) Нет правильного ответа.

13. В Законе « О защите Прав потребителей» даны определения таким понятиям, как:

- А) только «Потребитель»;
- Б) только «Изготовитель»;
- В) только «Исполнитель»;
- Г) Все вышеперечисленное верно.

14. Документ первичного учета по перевозке грузов различными видами транспорта, это - _____:

- А) Доверенность;
- Б) Товарная накладная;
- В) Счет-фактура;
- Г) Нет правильного ответа.

15. Может ли отсутствие у потребителя кассового и ли товарного чека либо иного документа удостоверяющего факт и условия покупки товара являться основанием для отказа в удовлетворении его требований:

- А) может;
- Б) нет не может;
- В) на усмотрение продавца;
- Г) нет правильного ответа.

16. Торговля, которая помогает производителям регулировать сбыт продукции, немедленно покрывая стоимость товаров, называется:

- А) Розничная;
- Б) Оптовая;
- В) производственная;
- Г) Комбинированная.

17. _____ - это предприятие торговли, площадью торгового зала 600м² с современной организацией торгового процесса, предлагает не менее 2000 наименований продовольственных и широкий ассортимент сопутствующих непродовольственных товаров, оказывает дополнительные услуги.

- А) гипермаркет;
- Б) минимаркет;
- В) супермаркет.
- Г) дискаунт

18. В зависимости от кратности использования тару подразделяют: 1. Разовую; 2. Возвратную; 3. Разборно-складную; 4. Многооборотную.

- А) 1, 3, 4;
- Б) 1, 2, 3;
- В) 1, 2, 4;
- Г) Нет правильного ответа.

19. Портативные терминалы сбора данных (компьютер и считыватель штрих-кодов) применяются:

- А) при проведении инвентаризаций;
- Б) учета поступления товара;
- В) учета перемещения товара;
- Г) все ответы верные.

20. Установить соответствие между группами помещений и их видами.

Группы: Административно-бытовые и технические. Виды: 1. кладовые, фасовочные, приёмочные; 2. кабинет директора, гл. касса, душевые; 3. здравпункт, главная касса, гардеробные; 4. радиоузел, холодильное отделение, машинное отделение

- А) 1 и 2;
- Б) 2 и 3;
- В) 3 и 4
- Г) 1 и 3.

Ключи для обработки материалов тестирования по дисциплине МДК 01.02. «Организация торговли»

Тест № 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Б	Б	Б	Б	А	Б	Б	Б	А	А	В	В	Б	Б	А	Б	А	А	Б	Г

Тест № 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
А	А	Б	А	В	В	А	Б	В	Б	Б	Б	Г	Б	Б	Б	В	В	Г	В

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнено 90-100 % правильных заданий;

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если выполнено 70-89 % правильных заданий; Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если выполнено 50-69 % правильных заданий;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если выполнено менее 50% правильных заданий.

Примерные темы курсовой работы

МДК.01.02 Организация торговли

1. Особенности продажи животных и растений
2. Правила продажи отдельных видов товаров.
3. Технология подготовки товаров к продаже, размещение и выкладка
4. Особенности работы оптовых и розничных торговых предприятий.
5. Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения
6. Особенности продажи оружия и патронов к нему
7. Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности.
8. Качество торгового обслуживания как основной показатель конкурентоспособности торгового предприятия.
9. Розничные торговые предприятия. Задачи, функции и классификация
10. Меры, содействующие развитию торговой деятельности

Критерии оценивания компетенций

При устной защите курсовой работы оцениваются:

- раскрытие темы;
- форма подачи материала, ораторское искусство; доказательность изложения.

Студент при защите должен быть готов:

- 1) к краткому изложению основного содержания работы, результатов исследования;

- 2) к собеседованию по отдельным, как правило, ключевым моментам работы. Оценка за курсовую работу выставляется с учетом оценки за текст работы и оценки, полученной по результатам защиты.

Курсовая работа оценивается по пятибалльной системе. Положительная оценка, по которой предусматривается курсовая работа, выставляется только при условии успешной сдачи курсовой работы (проекта) на оценку не ниже "удовлетворительно". Оценка по защите курсовой работы проставляется в ведомости и зачетной книжке студента.

Студентам, получившим неудовлетворительную оценку по курсовой работе по решению преподавателя предоставляется право доработки прежней темы, и определяется новый срок для ее выполнения.

Комплект заданий для контрольного среза МДК.01.02 Организация торговли

Контрольный срез

1й вариант

1. Правила работы розничных торговых предприятий
2. Услуга розничной торговли
3. Технология продажи товаров.
4. Качество торгового обслуживания.

2й вариант

1. Понятие и сущность процесса товародвижения
2. Принципы рационального построения процесса товародвижения
3. Формы и организационно-хозяйственные звенья в торговле
4. Организация розничной торговли. Понятие розничной торговли.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполнил все записи, таблицы, рисунки, графики; правильно выполнил анализ ошибок.

Оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если студент выполнил требования к оценке «5», но допущены 2-3 недочета.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола

МДК.01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Тема 2. Транспорт в оптовой и розничной торговле.

1. Планирование перевозок.
2. Автомобильный транспорт.
3. Виды контейнеров.
4. Характеристика поддонов.
5. Классификация тары-оборудования.

Тема 3. Значение и классификация подъемно-транспортного оборудования.

1. Грузоподъемные машины и механизмы.
2. Транспортирующие машины и механизмы.
3. Погрузочно-разгрузочные и транспортирующие машины и механизмы.

Тема 7. Государственный метрологический контроль и надзор. Выбор типов и нормы оснащения весоизмерительных приборов.

1. Уход за измерительным оборудованием.
2. Выбор типов и нормы оснащения торговых организаций весоизмерительным оборудованием.
3. Государственный метрологический контроль и надзор за измерительным оборудованием.

Тема 8. Значение и классификация механического оборудования.

1. Режущие машины периодического действия.
2. Измерительные приборы постоянного действия.
3. Выбор типов и нормы оснащения торговых организаций механическим оборудованием.

Тема 21. Организация охраны труда на предприятии.

1. Правила внутреннего трудового распорядка предприятия.
2. Коллективный договор.
3. Виды инструктажей журналы регистрации различных форм инструктажей.

Тема 25. Основные опасные и вредные производственные факторы. Методы и средства предупреждения несчастных случаев и профессиональных заболеваний.

1. Понятие производственного травматизма.
2. Порядок расследования несчастных случаев.
3. Профессиональные заболевания, понятие.

Тема 28. Электробезопасность.

1. Факторы, вызывающие поражение электрическим током.
2. Виды электротравм.
3. Защита от поражения электрическим током.
4. Индивидуальные средства защиты от поражения электрическим током.

Критерии оценивания компетенций

Отметка "отлично" выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметка "хорошо" выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений,

процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Отметка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Темы рефератов

МДК.01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Тема 1. Основные понятия. Цели и задачи.

1. Механизация. Комплексная механизация. Автоматизация. Система машин.
2. Комплексная механизация отдельного технологического процесса.
3. Комплексная механизация и автоматизация всех противовесов в магазине.
4. Комплексная механизация и автоматизация всей технологии товародвижения от поставщика до расчета с покупателем.

Тема 5. Правила эксплуатации подъемно-транспортного оборудования. Выбор типов и нормы оснащения.

1. Подготовка к работе на подъемно-транспортном оборудовании.
2. Работа на оборудовании.
3. Заключительные операции на подъемно-транспортном оборудовании.

Тема 9. Фасовочно-упаковочное оборудование и оборудование для маркировки товаров.

1. Значение и классификация фасовочно-упаковочного оборудования.
2. Оборудование для фасовки товаров.

3. Оборудование для упаковки товаров.
4. Оборудование для маркировки товаров и печати этикеток со штриховым кодом.
5. Выбор типов и нормы оснащения торговых организаций фасовочно-упаковочным оборудованием.

Тема 10. Оборудование для приготовления и продажи напитков.

1. Значение и классификация оборудования для приготовления и продажи напитков.
2. Оборудование для приготовления напитков.
3. Оборудование для продажи напитков.
4. Автоматы для приготовления и продажи напитков.
5. Выбор типов и нормы оснащения торговых организаций оборудованием для приготовления и продажи напитков.

Тема 13. Значение и классификация контрольно-кассовых машин.

1. Принцип устройства ККМ.
2. Электронные ККМ, сканеры, принтеры.
3. Кассовые POS-терминалы.
4. Правила эксплуатации ККМ.
5. Выбор типов и нормы оснащения торговых организаций контрольно-кассовыми машинами.

Тема 17. Организация оснащения оборудованием торговых организаций.

1. Уровень развития материально-технической базы предприятия и его роль в автоматизации и механизации тяжелых и трудоемких работ.
2. Операции торгового процесса.
3. Технический прогресс и эффективность применения торговой техники.
4. Организация эксплуатации торгового оборудования.
5. Организация технического обслуживания торгового оборудования.

Тема 18. Мебель для торговых организаций. Значение и классификация.

1. Классификация торговой мебели.
2. Понятие и значение горки и витрины, примерочных кабин, стеллажей.
3. Типизация и унификация мебели.

4. Требования, предъявляемые к мебели для торговых организаций.
5. Мебель для торговых залов.
6. Мебель для складских и других помещений.

Тема 19. Значение и классификация торгового инвентаря.

1. Торговый инвентарь для вскрытия и упаковки товаров.
2. Торговый инвентарь для проверки качества товаров.
3. Торговый инвентарь для продажи и рекламы товаров.
4. Технические характеристики торгового инвентаря для вспомогательных операций и обслуживания покупателей.

Тема 21. Организация охраны труда на предприятии.

1. Правила внутреннего трудового распорядка предприятия.
2. Коллективный договор.
3. Инструктаж по технике безопасности.

Тема 22. Обеспечение прав работников на охрану труда.

1. Право работника на труд в условиях, отвечающих требованиям охраны труда.
2. Гарантии права работников на труд в условиях, соответствующих требованиям охраны труда.
3. Обеспечение работников средствами индивидуальной защиты.
4. Санитарно-бытовое обслуживание и медицинское обеспечение работников.
5. Дополнительные гарантии охраны труда отдельным категориям работников.
6. Обучение в области охраны труда.
7. Финансирование мероприятий по улучшению условий и охраны труда.

Тема 23. Особенности регулирования труда отдельных категорий работников.

1. Особенности регулирования труда женщин, лиц с семейными обязанностями.
2. Гарантии беременным женщинам и лицам с семейными обязанностями при направлении в служебные командировки, привлечении к сверхурочной работе, работе в ночное время, выходные и нерабочие праздничные дни.
3. Дополнительные выходные дни лицам, осуществляющим уход за детьми-инвалидами, и женщинам, работающим в сельской местности.

4.Гарантии и льготы лицам, воспитывающим детей без матери.

Тема 24. Условия труда и производственная санитария.

1. Основные понятия условий труда и производственной санитарии.
2. Санитарно – гигиенические условия и требования производственной санитарии.
3. Ответственность руководителей по вопросам условий труда и производственной санитарии.
4. Нормативные документы, регулирующие условия труда и вопросы производственной санитарии.

Тема 25. Основные опасные и вредные производственные факторы. Методы и средства предупреждения несчастных случаев и профессиональных заболеваний.

1. Понятие производственного травматизма.
2. Порядок расследования несчастных случаев.
3. Виды инструктажей журналы регистрации различных форм инструктажей.
4. Профессиональные заболевания, понятие.

Тема 26. Техника безопасности при эксплуатации торгового оборудования.

1. Зоны и узлы торгового оборудования, вызывающие опасность при его эксплуатации.
2. Требования техники безопасности при эксплуатации торгового оборудования.
3. Средства защиты при эксплуатации торгового оборудования.
4. Правила техники безопасности при эксплуатации различных типов оборудования.
5. Требования безопасности при погрузочно-разгрузочных работах.

Тема 27. Организация пожарной охраны в торговых предприятиях.

- 1.Понятие пожарной безопасности. Функции органов пожарной безопасности.
- 2.Правила и инструкции по пожарной безопасности 3.Обязанности и ответственность должностных лиц за обеспечение пожарной безопасности в торговых предприятиях.
- 4.Противопожарный инструктаж, его виды, сроки, порядок проведения и документальное оформление.

Тема 28. Электробезопасность.

1. Понятие электробезопасности. Факторы, вызывающие поражение электрическим током. Виды электротравм.
2. Защита от поражения электрическим током.
3. Классификация помещений по степени электробезопасности.
4. Технические средства защиты человека от поражения электрическим током: заземление, зануление, защитное отключение, изоляция и ограждение токоведущих частей.
5. Индивидуальные средства защиты от поражения электрическим током.

Тема 29. Несчастные случаи, подлежащие расследованию и учету.

1. Виды несчастных случаев, подлежащие расследованию и учету.
2. Обязанности работодателя при несчастном случае.
3. Порядок извещения о несчастных случаях.

Тема 30. Рассмотрение и разрешение трудовых споров. Защита трудовых прав и свобод. Ответственность за нарушение правил по охране труда.

1. Порядок формирования комиссий по расследованию несчастных случаев.
2. Сроки расследования несчастных случаев.
3. Порядок проведения расследования несчастных случаев.
4. Проведение расследования несчастных случаев государственными инспекторами труда.
5. Порядок оформления материалов расследования несчастных случаев.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Комплект заданий для проведения контрольного среза

МДК.01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Контрольный срез №1

Вариант 1.

1. Транспорт в оптовой и розничной торговле.
2. Значение и классификация подъемно-транспортного оборудования.
3. Комплексная автоматизация и механизация погрузочно-разгрузочных работ.

Вариант 2.

1. Правила эксплуатации подъемно-транспортного оборудования. Выбор типов и нормы оснащения.
2. Значение и классификация измерительного оборудования.
3. Государственный метрологический контроль и надзор. Выбор типов и нормы оснащения весоизмерительных приборов.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (**отлично**) выставляется в случае полного выполнения контрольной работы, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.;

Оценка «4» (**хорошо**) выставляется в случае полного выполнения всего объема контрольной работы при наличии несущественных ошибок, не повлиявших на общий результат работы и т.д.;

Оценка «3» (**удовлетворительно**) выставляется в случае недостаточно полного выполнения всех разделов контрольной работы, при наличии ошибок, которые не оказали существенного влияния на окончательный результат, при очень ограниченном объеме используемых понятий и т.д.;

Оценка «2» (**неудовлетворительно**) выставляется в случае, если допущены принципиальные ошибки, контрольная работа выполнена крайне небрежно.

5. Фонд оценочных средств для ДЭ экзамена

1. Паспорт

Назначение: ФОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)».

Профессиональные компетенции	Показатель оценки результатов
ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	– устанавливать коммерческие связи, – заключать договора и контролировать их выполнение; – управлять товарными запасами и потоками;
ПК 1.3. Принимать товары по количеству и качеству.	– принимать товары количеству и качеству;
ПК 1.10 Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.	– эксплуатация оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда.

Общие компетенции	Показатель оценки результатов
-------------------	-------------------------------

ОК. 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	– точность распознавания сложных проблемных ситуаций в различных контекстах; – адекватность анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности; – оптимальность определения этапов решения задачи; – адекватность определения потребности в информации; – эффективность поиска; – адекватность определения источников нужных ресурсов; – разработка детального плана действий; – правильность оценки рисков на каждом шагу; - точность оценки плюсов и минусов полученного результата, своего плана и его реализации, предложение критериев оценки и рекомендаций по улучшению плана.
ОК.02 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	– оптимальность планирования информационного поиска из широкого набора источников, необходимого для выполнения профессиональных задач; – адекватность анализа полученной информации, точность выделения в ней главных аспектов; – точность структурирования отобранной информации в соответствии с параметрами поиска; – адекватность интерпретации полученной информации в контексте профессиональной деятельности;
ОК. 03 Планировать и реализовывать	– актуальность используемой нормативно-

собственное профессиональное и личностное развитие.	правовой документации по профессии; точность, адекватность применения современной научной профессиональной терминологии.
ОК.04 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	– эффективность участия в деловом общении для решения деловых задач; – оптимальность планирования профессиональной деятельности
ОК.05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	– понимание значимости своей профессии.
ОК.06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	– точность соблюдения правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; эффективность обеспечения ресурсосбережения на рабочем месте.

2. Задание для экзаменуемого

Модуль 1: Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

Задание модуля 1:

1. На основании исходных данных необходимо разработать договор поставки косметических товаров и спецификацию.
2. Документальное оформление приемки косметических товаров по количеству.
3. Работа с торгово-технологическим оборудованием.

Текст задания:

1. Исходные данные для разработки договора поставки:
Договор № 98 от 12 мая текущего года

Продавец ООО «Парус» г. Воронеж, директор Маньков Д.Ю., учредительный документ организации – Устав.

Реквизиты сторон:

г. Воронеж, ул. Рабочая, д. 14

т/ф 21-31-65, e-mail: parus@mail.ru

р/с 40702810407000101894 к/с 30101810100000000633, БИК 041403633 ИНН 3123062066

Покупатель ООО «Тинко» г. Белгород, директор Петрова Н. И., учредительный документ организации – Устав.

Реквизиты сторон:

г. Белгород ул. Почтовая, 27 т/ф 21-32-81, e-mail: TINKO@mail.ru

р/с 40702810900130000020 к/с 30101810700000000711 ИНН 3127007161 БИК 041424711

Товар – косметические товары, в том числе:

Шампунь для волос – 100 шт., цена за ед. – 320 руб.

Лак для волос – 100 шт., цена за единицу – 650 руб.

Мусс для укладки волос – 100 шт., цена за ед. 450 руб.

Бальзам для волос – 100 шт., цена за ед. 340 руб.

Срок действия договора – 1 год, период поставки по декадам. Оплата товара – 100% предоплата

Отдельные недостающие данные обучающийся заполняет самостоятельно.

Типовую форму договора поставки и спецификацию обучающийся находит используя ресурсы сети Интернет (рекомендуется использовать информационно-справочные системы КонсультантПлюс и Гарант)

2. Исходные данные для заполнения Акта «Об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей»

В соответствии с заключенным договором поставки № 98 от 12 мая текущего года ООО «Парус» г. Воронежа 14 июня текущего года отправил косметические товары в адрес ООО «Тинко» г. Белгорода.

Товар прибыл в ООО «Тинко» 14 июня в 12.00 в исправном автомобиле с неповрежденными пломбами поставщика и, выдан получателю 14 июня без проверки количества груза в 12.30 ч.

В процессе приемки товаров в ООО «Тинко» 14 июня в 13.00 работниками магазина установлено, что фактическое количество поступивших мест (ящиков) не соответствует количеству, указанному в транспортной накладной и в счете-фактуре поставщика. Поступившая с товаром тара была в исправном состоянии, маркировка нанесена отправителем. При сплошной проверке количества товаров была обнаружена недостача 10 муссов для укладки волос, о чем работники магазина составили акт и в 14.00 приостановили приемку. Мусс для укладки волос разместили отдельно от других товаров и обеспечили его сохранность.

В тот же день, 14 июня, ООО «Тинко» была направлена телеграмма № 78 поставщику с уведомлением об установленной недостаче и с просьбой направить представителя для участия в окончательной приемке товара.

Руководство магазина организовало приемку товаров в соответствии с действующим порядком и оформило ее необходимыми документами. Оформите двусторонний Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей, используя исходные данные:

- товарно-транспортная накладная серия № 411386 от 14 июня
- автомобиль марки Газель, государственный номер Е 013 КХ.
- пломба отправителя с оттиском «431».
- упаковка – ящики картонные
- товар – Косметические товары
- счет-фактура № 736 от 14 июня

Количество и цена товара по документам поставщика:

—Шампунь для волос -5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике. Всего — 100 шт., цена за ед. –320 руб.

—Лак для волос — 5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике Всего — 100 шт., цена за единицу

– 650 руб.

—Мусс для укладки волос — 5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике, всего 100 шт., цена заед. 450 руб.

—Бальзам для волос — 5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике Всего — 100 шт., цена за ед.340 руб.

Данные о результатах окончательной приемки

В результате окончательной приемки поступившего товара 17 июня комиссией в составе председателя Петрова Н. И. – директора ООО «Тинко», зав. складом Макаровой Т.В. ООО

«Тинко», экономистом Савиной М.М. установлено следующее его количество:

- Шампунь для волос -5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике. Всего – 100 шт.;
- Лак для волос – 5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике. Всего – 100 шт.;
- Мусс для укладки волос – 5 ящиков по 18 шт в каждом ящике, всего – 90 шт.
- Бальзам для волос – 5 ящиков по 20 шт. в каждом ящике. Всего – 100 шт.

Недостача мусса для укладки волос произошла по вине отправителя, причина образования

– недовложение товара. Комиссия дала заключение о допоставке товара и предъявление претензии поставщику.

В окончательной приемке принимал участие представитель поставщика – менеджер по продажам ООО «Парус» Уваров А.Н., которому было выдано удостоверение № 31/2 от 17 июня.

Отдельные недостающие данные обучающийся заполняет самостоятельно. В произвольной форме составить претензию поставщику.

Форма Акта «Об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей» доступна на сайте информационно-справочной системы КонсультантПлюс.

1. Добавить принятые косметические товары в базу данных ООО «Тинко» для цели их дальнейшей розничной продажи с использованием функций и возможностей торгового- технологического оборудования. При этом внести следующие данные:

наименование и другие отличительные признаки (например, бренд, объем, состав и т.д.), код товара, штрих-код, артикул, количество принятого товара, цену. (образцы получить у преподавателя).

Коды, проверяемых профессиональных и общих компетенций: (ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.10, ОК01-ОК06)

Требование к продолжительности демонстрационного экзамена

Продолжительность демонстрационного экзамена (не более) ²	01:30:00
--	----------

Требования к оцениванию

Максимально возможное количество баллов	60
---	----

1.1. Перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания

Перечень оборудования

№ п/п	Наименование оборудования	Минимальные характеристики
1.	Компьютер/ноутбук	Наличие выхода в Интернет, программное обеспечение - офисный пакет приложений (текстовый и табличный редактор), монитор не менее 14 дюймов. Клавиатура и мышь - совместимые с компьютером рабочего места
2.	Сетевая инфраструктура	Сервер, коммутатор, маршрутизатор, точка доступа (может быть в серверной)
3.	Принтер или многофункциональное устройство (принтер-сканер-копир)	Совместимый с компьютером рабочего места

4.	ПО Справочно-правовая система	Содержание нормативно-правовой базы в области торговли
5.	Офисный стол	Размеры (ШхГхВ) не менее 1400х600х750 см или два одноместных стола в сумме таких же размеров, столешница не тоньше 2 см
6.	Стул	На четырех ножках или крестовине, рассчитанный на вес не менее 100 кг.
7.	Огнетушитель:	Углекислый ОУ-1 или аналог

Перечень инструментов

№ п/п	Наименование инструментов	Минимальные характеристики
1.	Клавиатура	Совместимая с компьютером рабочего места
2.	Мышь	Совместимая с компьютером рабочего места

Перечень расходных материалов

№ п/п	Наименование расходных материалов	Минимальные характеристики
1.	Картридж	Совместимый с принтером / многофункциональным устройством
2.	Офисная бумага (не менее 5 листов на человека)	Формат: А4 Плотность: 80 г/м ³ Белизна: от 140 единиц белизны
3.	Шариковая ручка	С чернилами синего или черного цвета
4.	Корзина для мусора	Пластиковая, объемом более 7 литров

3. Пакет экзаменатора

3.1. Условия выполнения заданий

Общее количество вариантов заданий 1

Время выполнения варианта задания: **01 час 30 минут**

3.2. Критерии оценки

Оценка	Результаты выполнения задания	Отношение полученного количества баллов
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.	от 45 до 60
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает	от 35 до 45

	его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.	
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.	от 25 до 35
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к	от 0 до 25

	минимальному.	
--	---------------	--