

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Александрович

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:46:26

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

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

И.О. директора Пятигорского института
(филиал) СКФУ

В.А. Фурсов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По профессиональному модулю

ПМ.01 Организация и осуществление торговой
деятельности

Специальность

38.02.08 Торговое дело

Форма обучения

очная

2026 г.

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Разработчик:

- 1 Костина Г.А., преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Начальник отдела управления персоналом

АО «Тандер»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения

подпись

М.П.

И.С. Тетерятникова

Фамилия, инициалы

Представитель работодателя

Заведующая универсамом «Жемчужина»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения

подпись

М.П.

Н.С. Адамович

Фамилия, инициалы

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для проверки результатов освоения вида деятельности (ВД) ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности и составляющих его профессиональных и общих компетенций, образовательной программы СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

ФОС разработан на основании ФГОС, образовательной программы СПО и рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности (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 торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	Дифференцированный зачет	Контрольный срез
МДК.01.02 Организация и осуществление продаж	Курсовая работа, Экзамен	Контрольный срез
МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Дифференцированный зачет	Контрольный срез
УП.01.01 Учебная практика	Дифференцированный зачет	
ПП.01.01 Производственная практика	Дифференцированный зачет	
ПМ 01.01 (в целом)	Экзамен по модулю	

3. Результаты освоения профессионального модуля

3.1. Оценка профессиональных и общих компетенций

В результате контроля и оценки по ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

	Показатели оценки результата
Профессиональные компетенции	
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
Общие компетенции	
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3.2. Общие и (или) профессиональные компетенции, проверяемые дополнительно: (не предусмотрено)

3.3. Требования к портфолио: (не предусмотрено)

3.4. Требования к курсовому проекту: представлены в методических указаниях к выполнению курсовой работы.

4. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

4.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Комплект заданий для контрольного среза

МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

1 вариант

1. Объекты торгово-сбытовой деятельности: материальные товары, услуги, работы
2. Потребители: понятие, их права и защита
3. Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм

2 вариант

1. Субъекты торгово-сбытовой деятельности
2. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности
3. Торгово-сбытовая деятельность: назначение, сфера применения, сущность, содержание

**Комплект заданий для контрольного среза
МДК.01.02 Организация и осуществление продаж**

1 вариант

1. Понятие оптовой торговли, функции и особенности
2. Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды
3. Торгово-технологический процесс на предприятиях розничной торговли: понятие, назначение, структура, содержание

2 вариант

1. Виды оптовых торговых предприятий и их функции
2. Классификация розничных торговых сетей
3. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции

**Комплект заданий для контрольного среза
МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для
государственных, муниципальных и корпоративных нужд**

1 вариант

1. Понятие, цели, задачи и принципы контрактной системы
2. Участники контрактной системы, их права и обязанности
3. Централизованные закупки

2 вариант

1. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок
2. Планирование закупок (ведение планов и планов- графиков закупок)
3. Правила описания объекта закупки. Порядок составления технического задания

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (отлично) выставляется в случае полного выполнения контрольного среза, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.

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

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется в случае недостаточно полного выполнения всех разделов контрольного среза, 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, контрольный срез выполнен крайне небрежно и т.д.

Фонд тестовых заданий
по дисциплине МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности
на внутреннем и внешнем рынках

1. Торговая деятельность – это

1. совокупность процессов, связанных с куплей-продажей, удовлетворением спроса, минимизацией расходов и получением прибыли
2. процесс доведения товаров от предприятий, производящих товары, до потребителей
3. совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала

2. Получение максимальной выгоды (дохода, прибыли) - это

1. цель коммерции
2. тактика коммерции
3. задача коммерции

3. Совокупность приемов, способов и методов эффективного осуществления какого-либо вида предпринимательской деятельности. Эти процессы, как правило, связаны с движением товара по стадиям воспроизводственного цикла.

1. технологические процессы
2. коммерческие процессы
3. промышленные процессы
4. процессы доведения товаров до покупателей

4. Успех коммерческой деятельности организации зависит от ряда факторов. Всех их можно разделить на две группы:

1. внешние и внутренние
2. юридические и физические
3. прямого и косвенного воздействия
4. материальные и финансовые

5. К внешним факторам, влияющим на результат коммерческой деятельности, относятся

1. факторы прямого воздействия
2. факторы косвенного воздействия
3. внутренние факторы
4. научно-технической прогресс
5. международная обстановка

6. К факторам косвенного воздействия относятся

1. экономическая, политическая, социальная обстановка в стране
2. научно-технический прогресс
3. социальные и культурные традиции
4. биржи, ярмарки, выставки
5. акционеры
6. банковская система

7. Внутреннюю среду организации формируют его ресурсы:

1. материальные
2. финансовые
3. трудовые
4. международные
5. социально-культурные

8. Важнейшую роль в настоящее время играют эти ресурсы, которые образует вся информация, находящаяся в документах предприятия

1. информационные ресурсы
2. трудовые ресурсы
3. финансовые ресурсы

4. материальные ресурсы

9. За результаты внешнеэкономической деятельности коммерческого предприятия отвечает

1. само коммерческое предприятие как в части экспортных поставок, так и импортных закупок
2. Торгово-промышленная палата совместно с самим коммерческим предприятием
3. определяется решением Международного арбитражного суда

10. Обеспечивающими называются внешнеэкономические операции

1. которые обеспечивают продвижение товаров от продавца к покупателю
2. исполнение которых обеспечивается участием Торгово-экономической палаты в сделке
3. оплата по которым имеет материальное обеспечение

11. Реэкспортом называют коммерческие операции

1. предусматривающие вывоз за границу ранее ввезенных товаров без какой-либо переработки
2. предусматривающие проверку качества ввезенных ранее товаров
3. предусматривающие выставление рекламаций по ввезенному ранее товару

12. Международной торговой организацией является

1. ВТО
2. ЮНИСЕФ
3. МАГАТЭ

13. Государство осуществляет регулирование внешней торговли

1. да, как административными, так и экономическими методами
2. нет
3. нет, регулирование внешней торговли осуществляет Международная торговая палата

14. Сертификация ввозимой продукции регламентируется

1. Законом РФ «О сертификации продукции и услуг» и действующей системой ГОСТов
2. действующими санитарно-эпидемиологическими нормами и правилами
3. Гражданским кодексом РФ

15. Юридическое лицо (коммерческая организация, либо коммерческое предприятие) обязательно должно иметь в собственности какое-либо имущество:

1. не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п.
2. обязательно, без собственного имущества не может быть юридического лица
3. в зависимости от содержания учредительных документов

16. Главный источник формирования средств потребительских кооперативов:

1. взносы пайщиков
2. часть налоговых платежей
3. государственные средства

17. Сколько человек могут быть учредителями общества с ограниченной ответственностью

1. один человек
2. не более пяти человек
3. несколько человек, но не более тридцати

18. Государственные и муниципальные унитарные предприятия могут заниматься коммерческой деятельностью:

1. могут, т.к. являются, как правило, предприятиями коммерческими
2. не могут, т.к. решают определенный круг задач
3. могут с разрешения вышестоящих организаций

19. В составе учредителей акционерного общества могут входить

1. юридические и физические лица
2. юридические лица
3. физические лица

20. Основным инструментом, обслуживающим обращение товаров в условиях рынка, выступают

1. деньги
2. услуги
3. ценные бумаги
4. платежи

МДК.01.02 Организация и осуществление продаж

1.Основная функция розничной торговли – это

- А. удовлетворение потребностей населения в товарах;
- Б. перемещение товаров;
- В. хранение товаров;
- Г. вариант А, Б, В.

2.Назовите основную цель торгового предприятия при реализации товаров:

- А. извлечение дохода;
- Б. товародвижение;
- В. извлечение прибыли;
- Г. формирование убытка.

3.Торговая сеть - это...

- А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и под общим управлением;
- Б. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
- В. совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
- Г. совокупность торговых предприятий, расположенных на разных территориях.

4.В летний и осенний сезоны стационарная сеть дополняется

- А. киосками;
- Б. палатками;
- В. павильонами;
- Г. магазинами.

5.Назовите дистанционный вид продаж:

- А. оптовая торговля;
- Б. посылочная торговля;
- В. розничная торговля;
- Г. варианты А, Б, В.

6.Назовите торговое предприятие по организационно-правовой форме и виду предпринимательской деятельности:

- А. хозяйственное товарищество;
- Б. павильон;
- В. гипермаркет;
- Г. универсам.

7. Назовите транспортный фактор, учитываемый при размещении торговой сети:

- А. интенсивность движения общественного транспорта;
- Б. численность населения;
- В. денежные доходы населения;
- Г. денежные расходы населения.

8.Укажите правильный перечень типов торговых предприятий:

- А. стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;

- Б. отдельно стоящие, встроенные;
- В. гипермаркет, супермаркет, гастроном;
- Г. варианты А, Б.

9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:

- А. общая площадь магазина;
- Б. методы продажи товаров;
- В. предоставляемый сервис;
- Г. варианты А, Б, В.

10. Дайте характеристику фирменному магазину:

- А. реализует бренд одного отечественного производителя;
- Б. реализует бренды разных иностранных производителей;
- В. реализует бренды разных отечественных производителей ;
- Г. варианты А, Б, В.

11. Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов - это ...

- А. технология торговли;
- Б. технологический процесс;
- В. организация торговли;
- Г. вариант А, Б, В.

12. Назовите вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей- продажей товаров и оказанием услуг покупателям:

- А. складирование;
- Б. размещение;
- В. торговля;
- Г. хранение.

13. Определите функцию оптовой торговли:

- А. обособление промышленных предприятий;
- Б. обособление торговли;
- В. контроль за промышленными и торговыми предприятиями;
- Г. посредничество между промышленными и торговыми предприятиями.

14. Назовите принцип рационального товародвижения:

- А. кратчайший путь движения товара;
- Б. максимальный путь движения товара;
- В. максимальная загруженность складских помещений;
- Г. вариант Б и В.

15. Порядок учета объема продаж, запасов на начало и конец планируемого периода происходит...

- А. методом экстраполяции динамических рядов продаж;
- Б. методом использования коэффициента эластичности;
- В. нормативным методом определения потребности в товарах;
- Г. балансовым методом.

16. Назовите вид розничной торговли, осуществляемой вне стационарной розничной сети с использованием специальных транспортных средств:

- А. разносная торговля;
- Б. развозная торговля;
- В. посылочная торговля;
- Г. комиссионная торговля;

17. Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещения для хранения товаров, с учетом одного рабочего места продавца это ...

- А. киоск;
- Б. палатка;
- В. торговый автомат;
- Г. павильон.

18. Помещения для хранения тары и контейнеров ...

- А. подсобные;
- Б. административно-бытовые;
- В. технические;
- Г. комплексные.

19. Назовите требования, предъявляемые для строительства торговых зданий, которые обеспечат наименьшие затраты труда и материальных ресурсов:

- А. эстетические требования;
- Б. строительные требования
- В. экономические требования;
- Г. санитарно-гигиенические требования.

20. Частота завоза товара в магазин зависит от ...

- А. емкости подсобных помещений;
- Б. количества покупателей;
- В. количества поставщиков;
- Г. состава поставщиков.

МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

1. Целью контрактной системы является:

- а) обеспечение государственных и муниципальных нужд;
- б) развитие конкуренции;
- в) борьба с коррупцией;
- г) поддержка субъектов малого предпринимательства.

2. Укажите отношения, которые не регулируются контрактной системой:

- а) планирование и обоснование закупок;
- б) доведение лимитов бюджетных обязательств до государственных заказчиков;
- в) осуществление закупок;
- г) заключение государственного и муниципального контракта;
- д) особенности исполнения контрактов;
- е) мониторинг и аудит закупок, контроль закупок.

3. Принципом контрактной системы не является:

- а) принцип открытости и прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок;
- б) принцип обеспечения конкуренции;
- в) принцип профессионализма заказчиков;
- г) принцип стимулирования инноваций;
- д) принцип привлечения квалифицированных поставщиков (подрядчиков, исполнителей).

4. Может ли орган или учреждение Российской Федерации централизованно осуществлять закупки для нужд субъектов РФ:

- а) да, во всех случаях, по решению Президента РФ;
- б) да, но только в части закупок за счет межбюджетных трансфертов из федерального бюджета;
- в) да, но только в части закупок за счет межбюджетных трансфертов или на основании соглашений, заключенных между федеральным органом исполнительной власти по регулированию контрактной системы и субъектом РФ;
- г) нет?

5. Какие действия заказчиком могут быть централизованы в рамках уполномоченного органа:

- а) планирование закупок;
- б) определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- в) заключение государственных и муниципальных контрактов, их исполнение, в том числе приемка поставленных товаров, выполненных работ (их результатов), оказанных услуг, обеспечение их оплаты;
- г) все вышеперечисленные?

6. Централизация закупок может происходить по следующим признакам, определенным в решении о создании уполномоченного органа, уполномоченного учреждения либо решениями о наделении полномочиями соответствующих органов и учреждений:

- а) по товарной позиции или виду закупаемых работ (услуг);
- б) по ведомственной принадлежности заказчика;
- в) по способу определения поставщика, подрядчика, исполнителя;
- г) по начальной (максимальной) цене контракта;
- д) по всем вышеперечисленным.

7. Электронный аукцион проводится в случаях:

- а) только при условии, если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р);
- б) если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р), а также по усмотрению заказчика в других случаях;
- в) только при условии, если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р), и в отношении закупаемых товаров, работ, услуг не допускается применять запрос котировок и запрос предложений.

8. Закупка посредством проведения конкурса может осуществляться:

- а) во всех случаях без ограничений;
- б) во всех случаях, кроме случаев закупки товаров, работ, услуг из «аукционного перечня» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р);
- в) в случаях, если осуществлять закупку товаров, работ, услуг иными способами не допускается;
- г) только в случае закупки товаров, работ и услуг, указанных в Законе о закупках.

9. Запрос котировок в общем случае может проводиться, если начальная (максимальная) цена закупки не более:

- а) 1 млн. руб.;
- б) 700 тыс. руб.;
- в) 500 тыс. руб.;
- г) 400 тыс. руб.

10. Укажите условие, которое не обязательно должно быть определено в государственном или муниципальном контракте при его заключении:

- а) твердая цена, определенная на весь срок исполнения контракта;
- б) условия об ответственности заказчика и поставщика (подрядчика; исполнителя) за неисполнение или надлежащее исполнение обязательств, предусмотренных контрактом;
- в) условие о порядке и сроках оплаты товара, работы или услуги
- г) порядок действия сторон при форс-мажоре;
- д) условия о порядке и сроках осуществления заказчиком приемки поставленного товара, выполненной работы (ее результатов) или оказанной услуги, о порядке и сроках оформления результатов такой приемки.

11. Возможно ли заключение контракта без составления единого документа, подписываемого двумя сторонами путем выставления исполнителем счета и оплаты его заказчиком:

- а) да;
- б) нет;
- в) только в отдельных случаях заключения контракта с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)?

12. Возможно ли при заключении контракта поменять условия его исполнения, которые были определены в документации о закупке и в проекте контракта:

- а) да, если это будет согласовано органом контроля в сфере закупок;
- б) да, если не возражает победитель закупки, с которым заключается контракт;
- в) нет, ни в каких случаях;
- г) нет, кроме допустимых случаев увеличения количества поставляемого товара на сумму, не превышающую разницы между ценой контракта, предложенной таким участником, и начальной (максимальной) ценой контракта?

13. Укажите орган контроля в сфере закупок, который правомочен провести внеплановую проверку муниципального заказчика по жалобе участника закупок на неправомерные действия заказчика, допущенные при проведении электронного аукциона:

- а) федеральный орган контроля в сфере закупок;
- б) региональный орган контроля в сфере закупок;
- в) муниципальный орган контроля в сфере закупок.

14. Укажите орган или органы контроля в сфере закупок, который правомочен провести плановую проверку муниципального заказчика:

- а) федеральный орган контроля в сфере закупок;
- б) региональный орган контроля в сфере закупок;
- в) муниципальный орган контроля в сфере закупок.

15. Укажите орган или орган контроля в сфере закупок, который правомочен провести плановую проверку регионального заказчика:

- а) федеральный орган контроля в сфере закупок;
- б) региональный орган контроля в сфере закупок;
- в) муниципальный орган контроля в сфере закупок. __

ВАРИАНТ №2

1. Принцип открытости и прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок не предполагает раскрытия информации:

- а) о доведенных лимитах бюджетных обязательств до государственных заказчиков;
- б) об извещениях об осуществлении закупок (конкурса, аукциона), сведения о которых составляют государственную тайну, при условии, что такие сведения содержатся в документации о закупке или в проекте контракта;
- в) о жалобах на действия (бездействия) участников контрактной системы;
- г) о заключенных государственных и муниципальных контрактах.

2. Нарушением принципа обеспечения конкуренции является:

- а) предъявление квалификационных требований к участникам закупки;
- б) размещение извещения об осуществлении закупки исключительно среди субъектов малого предпринимательства;
- в) предъявление различных требований к участникам закупки, являющихся субъектами малого предпринимательства, и у иным участникам закупки.

3. Принцип профессионализма заказчиков не предполагает, что:

- а) все члены комиссии по осуществлению закупок должны пройти профессиональную

переподготовку или повышение квалификации в сфере закупок;

б) заказчики должны определить специальных работников, ответственных за сопровождение процесса закупок товаров, работ, услуг в организации;

в) работники контрактной службы, контрактный управляющий должны иметь высшее образование или дополнительное профессиональное образование в сфере закупок.

4. Отметьте, какие документы, в сфере планирования закупок, оформляемые заказчиком, подлежат размещению в открытом доступе посредством размещения их в единой информационной системе:

а) план закупок;

б) план-график;

в) форма обоснования закупок;

д) все указанные документы.

5. Отметьте закупки, которые подлежат обязательному общественному обсуждению:

а) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 100 млн руб.;

б) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 500 млн руб.;

в) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 1000 млн руб.

6. Отметьте процедуры, которые не проводятся в рамках общественного обсуждения закупок:

а) обсуждение закупки в единой информационной системе посредством сбора замечаний и предложений пользователей и дачи ответа на них;

б) очное публичное обсуждение закупок;

в) проведение социологических опросов.

7. Укажите основное отличие между конкурсом и аукционом:

а) при проведении аукциона победитель выбирается по единственному критерию - цена контракта, а при проведении конкурса победитель выбирается по совокупности критериев (как минимум двух);

б) при проведении аукциона победитель выбирается по цене контракта, а при проведении конкурса

цена не играет значения, и победитель выбирается на основе оценки его предложений о качестве товаров, работ и услуг, и сведений о его опыте работы и иной квалификации;

в) аукцион - это стадия проведения конкурса, когда среди отобранных найти на предквалификационном этапе участников конкурса, победителем признается участник, предложивший наименьшую цену контракта.

8. Конкурсная документация - это:

а) совокупность документов, которые участник конкурса подает заказчик для участия в конкурсе;

б) номенклатурное дело заказчику, которое он формирует после завершения проведения конкурса, в которое включаются все заявки участников конкурса, а так же все документы, оформляемые заказчиков в рамках такого конкурса (извещение, протоколы, уведомления и т. д.);

в) совокупность документов, оформляемых заказчиком, в которых содержатся вся необходимая информация о проведении конкурса, необходимая участникам о для подачи ими заявок и формулирования своего предложения по условиям исполнения контракта.

9. Укажите вид отчета, в отношении которого Закон о закупках не предусматривает обязанность его формирования заказчиком:

а) отчет о невозможности или нецелесообразности использования иных способов определения поставщика при осуществлении закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя);

б) отчет о результатах проведения конкурса, аукциона, запроса котировок, запроса предложений;

в) отчет об исполнении государственного (муниципального) контракта и (или) о результатах

отдельного этапа его исполнения;

г) отчет об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций.

10. Укажите поставщиков (подрядчиков, исполнителей), которые могут не представлять заказчику обеспечение исполнения контракта:

- а) казенные учреждения;
- б) предприятие уголовно-исполнительной системы;
- в) организации инвалидов;
- г) субъекты малого предпринимательства;
- д) социально ориентированная некоммерческая организация.

11. Заказчик создает приемочную комиссию для осуществления приемки поставленного товара (результата выполненной работы, оказанной услуги):

- а) во всех случаях для принятия результатов исполнения контракта (его отдельных этапов);
- б) в случае, если контракты были заключены по результатам проведения конкурсов или аукционов;
- в) в случае если цена контракта превышает 50 млн руб.;
- г) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым.

12. Экспертиза предусмотренных контрактом поставленных товаров, выполненных работ, оказанных услуг проводится привлеченными заказчиком экспертами, экспертными организациями:

- а) во всех случаях осуществления приемки товаров, работ, услуг;
- б) в случаях, если принимается высокотехнологичная (технически сложная) или инновационная продукция;
- в) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым, а также в отдельных случаях осуществления закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).

13. Укажите орган контроля в сфере закупок, который правомочен провести внеплановую проверку оператора электронной площадки по жалобе участника закупок на неправомерные действия оператора электронной площадки, допущенные при проведении электронного аукциона для нужд муниципального заказчика:

- а) федеральный орган контроля в сфере закупок;
- б) региональный орган контроля в сфере закупок;
- в) муниципальный орган контроля в сфере закупок.

14. Укажите лица, которые не являются субъектами контроля в рамках контроля в сфере закупок, осуществляемого федеральным органом контроля в сфере закупок:

- а) федеральные заказчики;
- б) региональные заказчики;
- в) контрактные службы;
- г) контрактные управляющие;
- д) комиссии по осуществлению закупок и их члены;
- е) уполномоченные органы (уполномоченные учреждения)
- ж) специализированные организации;
- з) операторы электронных площадок;
- и) банки, осуществляющие банковское сопровождения контрактов.

15. Укажите, что из приведенного ниже перечня не является объектом контроля в сфере закупок:

- а) результаты оценки заявок участников по неценовым критериям (критериям, относящимся к качеству и квалификации);
- б) обоснованность выбора способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя);
- в) положения документации о закупке, касающиеся порядка оценки заявок по неценовым критериям (критериям, относящимся к качеству и квалификации);

г) обоснованность определения дополнительных квалификационных требований к участникам закупки.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту за 80-100% правильных ответов;

Оценка «хорошо» выставляется студенту за 60-79% правильных ответов;

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за 40-59% правильных ответов;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за менее 40% правильных ответов.

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации и критерии оценки

Промежуточная аттестация по МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках проводится в форме дифференцированного зачета в 4 семестре, по МДК.01.02 Организация и осуществление продаж проводится в форме экзамена в 5 семестре, МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, в форме дифференцированного зачета в 4 семестре

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине МДК.01.02

Организация и осуществление продаж

1. Допуск к участию в торгах участников размещения заказа (по исходным данным варианта).
2. Организация контроля за размещением государственных и муниципальных заказов.
3. Коррупция при размещении государственных и муниципальных заказов
4. Оценка предложенных заявок на участие в конкурсе.
5. Оценка предложенных котировочных заявок участников размещения заказа.
6. Страхование грузов при исполнении государственного контракта купли-продажи.
7. Расчет этапов проведения аукциона, определение победителя аукциона (по исходным данным варианта).
8. Договорные отношения между участниками.
9. Страхование грузов при исполнении государственного контракта купли-продажи.
10. Особенности статей контрактов в зависимости от вида закупаемой продукции: товары, работы, услуги

Вопросы к экзамену по МДК.01.02 Организация и осуществление продаж

1. Объекты торгово-сбытовой деятельности: материальные товары, услуги, работы
2. Субъекты торгово-сбытовой деятельности
3. Специфика объектов коммерческой деятельности
4. Потребители: понятие, их права и защита
5. Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм
6. Направления государственного регулирования: защита прав потребителей
7. Устранение административных барьеров предпринимательской деятельности
8. Торгово-сбытовая деятельность: назначение, сфера применения, сущность, содержание
9. Составные элементы торгово-сбытовой деятельности: цели, задачи, принципы
10. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару
11. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции.
12. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о соотношении спроса и предложения
13. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торгово-сбытовой деятельности
14. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация
15. Методы отбора поставщиков торгово-сбытовой деятельности
16. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации
17. Понятие и условия договора в коммерческой деятельности
18. Организация претензионной работы в торгово-сбытовой деятельности
19. Транспортное обеспечение торгово-сбытовой деятельности: понятие, значение, виды транспортных средств
20. Правила перевозки скоропортящихся грузов
21. Договоры перевозки: общие положения, разновидности договоров
22. Транспортные тарифы и правила их применения
23. Коммерческие акты: назначение, основания для составления, оформление
24. Информационные процессы: сбор, обработка, накопление, хранение, передача информации другим участникам коммерческой деятельности
25. Информационные ресурсы: товарно-сопроводительные документы, товарная маркировка и ее значение для предприятий-изготовителей
26. Содержание и организация закупочной работы

27. Основные методы закупок
28. Этапы процесса проведения закупки
29. Организация биржевой торговли: сущность и роль биржевой торговли
30. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах): сущность и виды торгов, сущность и организационные формы аукционов
31. Выставочно-ярмарочная деятельность
32. Условия внешнеторгового контракта
33. Документооборот внешнеторговых сделок
34. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков
35. Понятие, сущность и задачи рекламы
36. Социально-психологические основы рекламы
37. Виды рекламных средств и условия их размещения
38. Понятие и виды коммерческих рисков
39. Методы снижения коммерческого риска
40. Эффективность коммерческой деятельности: основные понятия

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (отлично) выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный, в том числе лекционный материал, последовательно, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

Оценка «4» (хорошо) выставляется студенту, твердо знающему программный, в том числе лекционный материал, грамотно и по существу, отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей (неточностей, которые не могут быть исправлены наводящими вопросами или не имеют важного практического значения). То же относится к освещению практически важных вопросов.

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется студенту, который обнаруживает знание основного материала, но не знает его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, излагает материал с нарушением последовательности, отвечает на практически важные вопросы с помощью или поправками экзаменатора.

Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется студенту, который не знает значительной части программного, в том числе лекционного материала.

5. Фонд оценочных средств для экзамена по модулю

1. Паспорт

Назначение: ФОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Профессиональные компетенции	Показатель оценки результатов
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);

	осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	выполняет торгово- технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; оформляет документы по приемке товаров в соответствии установленными требованиями; соблюдает правила охраны труда при выполнении торгово- технологических операций

Общие компетенции	Показатель оценки результатов
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; определяет этапы решения задачи; эффективно осуществляет поиск необходимой для

	решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей

	профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы
--	--

Ключ - ответы

№	Компетенция	Содержание вопроса	Правильный ответ
Контрольный срез МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Вариант 1			
	ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.6	Объекты торгово-сбытовой деятельности: материальные товары, услуги, работы	В качестве основных объектов торгово-сбытовой деятельности в торговле выступают товары и услуги. Эффективность коммерческой деятельности организаций торговли во многом зависит от того, насколько набор товаров и услуг, предлагаемых покупателям, соответствует их потребностям. В условиях конкуренции на рынке правильный выбор объектов коммерческой деятельности играет особую роль. Товары как объект коммерческой деятельности. Товар - это произведенный для продажи продукт труда. Им может быть любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от продавца к покупателю по договору купли-продажи. В зависимости от целей, с которыми приобретаются товары, они могут быть разделены на две группы: - Товары народного потребления; - товары производственного назначения Услуги торговли. Услуга является результатом непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Услуги, оказываемые населению, по функциональному назначению подразделяются на материальные и социально-культурные
	ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.6	Потребители: понятие, их права и защита	Потребители — это те, кто заказывает или покупает товары, услуги. Основные права потребителей: Право на качество — требование потребителя о соответствии товара (услуги) договору, обязательным требованиям, прямо указанным в законе, обычно предъявляемым требованиям. Право на безопасность — требование потребителя о том, чтобы товар (услуга) был безопасен для

			жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды. Право на информацию — требование потребителя на необходимую и достоверную информацию о товаре (услуге). Предоставленная информация должна обеспечивать возможность осознанного выбора. Право на возмещение ущерба — требование потребителя на возмещение как материального, так и морального вреда.
	ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.6	Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм	Государственное регулирование коммерческой деятельности в сфере обращения товаров и услуг представляет собой комплекс осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти мер, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли. Целью ГРЭ является обеспечение стабильного функционирования экономической системы в переходном периоде путем принятия определенных мер. Это могут быть меры законодательные, контрольные и иные. Они призваны помочь экономике приспособиться к изменяющимся условиям функционирования. Меры направляются на регулирование ресурсной базы, процесса производства, финансовых потоков. Меры ГРЭ могут приниматься как на уровне Федерации, так и локально.
Вариант 2			
	ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.5	Субъекты торгово-сбытовой деятельности	Субъектами, осуществляющими коммерческие операции выступают производственные, сбытовые и торговые организации, а также предприятия их сферы услуг
	ПК 1.1 ПК1.3 ПК 1.6	Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности	Государственное регулирование коммерческой деятельности представляет собой комплекс осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти мер, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли. Регулирование торговли в условиях рыночной экономики; необходимо прежде всего для обеспечения безопасности и качества товаров и услуг, защиты прав потребителей, повышения качества их обслуживания, а также для увеличения поступления в государственный бюджет денежных средств от товарооборота. Деятельность предприятий торговли регламентируется Гражданским кодексом РФ и другими законами.
	ПК 1.1 ПК1.4	Торгово-сбытовая деятельность:	Сбытовая деятельность — это совокупность взаимоотношений в сфере обмена, при котором

	ПК 1.6	назначение, сфера применения, сущность, содержание	основными средствами выступают деньги и продукты. Основные функции сбыта: Продажа — обеспечение реализации продуктов на рынке. Физический сбыт — непосредственное перемещение товара в географическом пространстве. Обслуживание продукта — совокупность действий, направленных на повышение ценности товара с сохранением его характеристик. Информационное обеспечение — исследование рыночной ситуации для получения сведений об участниках рынка и современных тенденциях. Оценка рисков — анализ информации, данных, прогнозирование возможных рисков, связанных с выдачей покупателям кредитов, управление сырьевыми запасами и нереализованной готовой продукцией, рациональное использование ресурсов компании.
Контрольный срез МДК.01.02 Организация и осуществление продаж Вариант 1			
	ПК 1.1 ПК 1.4 ПК 1.5	Понятие оптовой торговли, функции и особенности	Оптовая торговля — это торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием. Основные функции оптовой торговли: Изучение спроса населения и оптовых покупателей на товары. Заключение договоров поставки и контроль их исполнения. Воздействие на поставщиков с целью расширения ассортимента и увеличения выпуска товаров высокого качества. Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами. Заключение договоров купли-продажи с оптовыми покупателями и обеспечение контроля их исполнения. Оказание торговых услуг, связанных с оптовой продажей товаров. Организация и проведение рекламных мероприятий.
	ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.6	Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды	Розничная торговля — это коммерческая деятельность по продаже товаров и услуг за наличный и/или безналичный расчёт потребителю, предполагающая их непосредственное использование. Основные задачи розничной торговли — создание потенциальным покупателям наиболее благоприятных условий для удовлетворения их нужд и потребностей в отдельных товарах.

			Розничная торговля классифицируется по формам, методам осуществления деятельности и принадлежности (собственности) торговой точки.
ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.5	Торгово-технологический процесс на предприятиях розничной торговли: понятие, назначение, структура, содержание		Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения. Назначение торгово-технологического процесса — доведение товаров надлежащего качества до покупателей с наименьшими затратами труда при высоком уровне торгового обслуживания. Торгово-технологический процесс магазинов состоит из операций, которые делятся на основные и вспомогательные. Операции, связанные с продажей и обслуживанием покупателей, являются основными
Вариант 2			
ПК 1.3 ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.6	Виды оптовых торговых предприятий и их функции		оптовые торговые организации подразделяются на следующие виды: Оптово-сбытовые (выходные) организации (базы). Создаются в местах сосредоточения производителей определённой отрасли промышленности и размещаются непосредственно при крупных промышленных предприятиях. Торгово-закупочные организации (базы). Создаются и располагаются в тех регионах, где имеется достаточно большое количество производителей, вырабатывающих металлохозяйственные, галантерейные товары, культтовары. Торговые оптовые организации (базы). Размещаются в районах потребления товаров. Они закупают товары у изготовителей, оптово-сбытовых (выходных), торгово-закупочных организаций (баз) и других посредников, а затем продают эти товары розничным торговым организациям и вне рыночным потребителям, находящимся в зоне их деятельности. Оптово-розничные объединения. Это объединения оптовых и розничных торговых организаций при ведущей роли оптово-сбытовой деятельности.
ПК1.4 ПК 1.6	Классификация розничных торговых сетей		Розничную торговую сеть делят на следующие виды: стационарную, передвижную и посылочную. Основным видом розничной торговой сети является стационарная. Она включает магазины и мелкорозничную торговую сеть (палатки, киоски, павильоны, ларьки, торговые автоматы). Основу розничной торговли составляют магазины (на их долю приходится примерно 90% всей сети).

ПК 1.1 ПК1.4 ПК 1.6	Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции	Электронная коммерция или электронная торговля (e-commerce) – это процесс покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией с помощью электронных средств коммуникации. Существуют и другие определения электронной коммерции, например, это коммерческая деятельность, имеющая целью получение прибыли и основанная на комплексной автоматизации коммерческого цикла за счет использования компьютерных сетей.
Контрольный срез МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Вариант 1		
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Понятие, цели, задачи и принципы контрактной системы	Контрактная система представляет собой совокупность норм, требований и правил, регулирующих отношения, связанные с процессом планирования обеспечения органов государственной власти ТРУ, определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей), заключения контрактов для эффективного выполнения госорганами возложенных задач и функций. Принципы открытости. Принцип обеспечения. Принцип профессионализма. Принцип единства. Принцип ответственности
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Участники контрактной системы, их права и обязанности	участник закупки - любое юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала, за исключением юридического лица, местом регистрации которого является государство или территория, включенные в утверждаемый в соответствии с пунктом 15 статьи 241 Бюджетного кодекса Российской Федерации перечень государств и территорий, используемых для промежуточного (офшорного) владения активами в Российской Федерации (далее - офшорная компания), либо юридического лица, являющегося иностранным агентом в соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 года № 255-ФЗ "О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием", или любое физическое лицо, в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Централизованные закупки	Статья 26. Централизованные закупки <u>Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 14.02.2024) "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.03.2024)</u>
Вариант 2		

ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок	Согласно статье 4 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок включает создание и ведение единой информационной системы. Взаимодействие единой информационной системы с иными информационными системами обеспечивает: Формирование, обработку, хранение и предоставление данных участникам контрактной системы в сфере закупок. Контроль за соответствием информации об идентификационных кодах закупок и неперевышением объёма финансового обеспечения для осуществления данных закупок. Использование усиленной квалифицированной электронной подписи для подписания электронных документов.
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Планирование закупок (ведение планов и планов-графиков закупок)	Статья 16. Планирование закупок Планирование закупок осуществляется посредством формирования, утверждения и ведения планов-графиков. Закупки, не предусмотренные планами-графиками, не могут быть осуществлены.
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	Правила описания объекта закупки. Порядок составления технического задания	Статья 33. Правила описания объекта закупки Заказчик в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, при описании объекта закупки должен руководствоваться следующими правилами: в описании объекта закупки указываются функциональные, технические и качественные характеристики, эксплуатационные характеристики объекта закупки (при необходимости). а) сопровождение такого указания словами Цили эквивалент»; б) несовместимость товаров, на которых размещаются другие товарные знаки, и необходимость обеспечения взаимодействия таких товаров с товарами, используемыми заказчиком; в) осуществление закупки запасных частей и расходных материалов к машинам и оборудованию, используемым заказчиком, в соответствии с технической документацией на указанные машины и оборудование
Фонд тестовых заданий МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках		

ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	1. Торговая деятельность – это 1. совокупность процессов, связанных с куплей-продажей, удовлетворением спроса, минимизацией расходов и получением прибыли 2. процесс доведения товаров от предприятий, производящих товары, до потребителей 3. совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала	1. совокупность процессов, связанных с куплей-продажей, удовлетворением спроса, минимизацией расходов и получением прибыли
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	2. Получение максимальной выгоды (дохода, прибыли) - это 1. цель коммерции 2. тактика коммерции 3. задача коммерции	1. цель коммерции
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	3. Совокупность приемов, способов и методов эффективного осуществления какого-либо вида предпринимательской деятельности. Эти процессы, как правило, связаны с движением товара по стадиям воспроизводственного цикла. 1. технологические процессы 2. коммерческие процессы 3. промышленные процессы	1. технологические процессы

		4. процессы доведения товаров до покупателей	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6		4. Успех коммерческой деятельности организации зависит от ряда факторов. Всех их можно разделить на две группы: 1. внешние и внутренние 2. юридические и физические 3. прямого и косвенного воздействия 4. материальные и финансовые	1. внешние и внутренние
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6		5. К внешним факторам, влияющим на результат коммерческой деятельности, относятся 1. факторы прямого воздействия 2. факторы косвенного воздействия 3. внутренние факторы 4. научно-технической прогресс 5. международная обстановка	1. факторы прямого воздействия 2. факторы косвенного воздействия
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6		6. К факторам косвенного воздействия относятся 1. экономическая, политическая, социальная обстановка в стране 2. научно-технический прогресс 3. социальные и культурные традиции 4. биржи, ярмарки, выставки 5. акционеры 6. банковская система	1. экономическая, политическая, социальная обстановка в стране 2. научно-технический прогресс 3. социальные и культурные традиции
ПК 1.3 ПК1.4		7. Внутреннюю среду организации	1. материальные 2. финансовые 3. трудовые

	ПК 1.6	формируют его ресурсы: 1. материальные 2. финансовые 3. трудовые 4. международные 5. социально-культурные	
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	8. Важнейшую роль в настоящее время играют эти ресурсы, которые образует вся информация, находящаяся в документах предприятия 1. информационные ресурсы 2. трудовые ресурсы 3. финансовые ресурсы 4. материальные ресурсы	1. информационные ресурсы
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	9. За результаты внешнеэкономической деятельности коммерческого предприятия отвечает 1. само коммерческое предприятие как в части экспортных поставок, так и импортных закупок 2. Торгово-промышленная палата совместно с самим коммерческим предприятием 3. определяется решением Международного арбитражного суда	1. само коммерческое предприятие как в части экспортных поставок, так и импортных закупок
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	10. Обеспечивающими называются внешнеэкономические операции 1. которые обеспечивают продвижение товаров от продавца к покупателю	1. которые обеспечивают продвижение товаров от продавца к покупателю

		2. исполнение которых обеспечивается участием Торгово-экономической палаты в сделке 3. оплата по которым имеет материальное обеспечение	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	11. Резэкспортом называют коммерческие операции 1. предусматривающие вывоз за границу ранее ввезенных товаров без какой-либо переработки 2. предусматривающие проверку качества ввезенных ранее товаров 3. предусматривающие выставление рекламаций по ввезенному ранее товару	1. предусматривающие вывоз за границу ранее ввезенных товаров без какой-либо переработки	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	12. Международной торговой организацией является 1. ВТО 2. ЮНИСЕФ 3. МАГАТЭ	1. ВТО	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	13. Государство осуществляет регулирование внешней торговли 1. да, как административными, так и экономическими методами 2. нет 3. нет, регулирование внешней торговли осуществляет Международная торговая палата	1. да, как административными, так и экономическими методами	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	14. Сертификация ввозимой продукции регламентируется	1. Законом РФ «О сертификации продукции и услуг» и действующей системой ГОСТов	

		1. Законом РФ «О сертификации продукции и услуг» и действующей системой ГОСТов 2. действующими санитарно-эпидемиологическими нормами и правилами 3. Гражданским кодексом РФ	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	15. Юридическое лицо (коммерческая организация, либо коммерческое предприятие) обязательно должно иметь в собственности какое-либо имущество: 1. не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п. 2. обязательно, без собственного имущества не может быть юридического лица 3. в зависимости от содержания учредительных документов	1. не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п.	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	16. Главный источник формирования средств потребительских кооперативов: 1. взносы пайщиков 2. часть налоговых платежей 3. государственные средства	1. взносы пайщиков	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	17. Сколько человек могут быть учредителями общества с ограниченной ответственностью	1. один человек	

		1. один человек 2. не более пяти человек 3. несколько человек, но не более тридцати	
ПК 1.2 ПК1.3 ПК 1.4	18. Государственные и муниципальные унитарные предприятия могут заниматься коммерческой деятельностью: 1. могут, т.к. являются, как правило, предприятиями коммерческими 2. не могут, т.к. решают определенный круг задач 3. могут с разрешения вышестоящих организаций	1. могут, т.к. являются, как правило, предприятиями коммерческими	
ПК 1.2 ПК1.3 ПК 1.4	19. В составе учредителей акционерного общества могут входить 1. юридические и физические лица 2. юридические лица 3. физические лица	1. юридические и физические лица	
ПК 1.2 ПК1.3 ПК 1.4	20. Основным инструментом, обслуживающим обращение товаров в условиях рынка, выступают 1. деньги 2. услуги 3. ценные бумаги 4. платежи	1. деньги	
Фонд тестовых заданий МДК.01.02 Организация и осуществление продаж			
ПК 1.2 ПК1.3 ПК 1.4	1.Основная функция розничной торговли – это А. удовлетворение потребностей населения в товарах; Б. перемещение товаров; В. хранение товаров;	А. удовлетворение потребностей населения в товарах	

		Г. вариант А, Б, В.	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	2. Назовите основную цель торгового предприятия при реализации товаров: А. извлечение дохода; Б. товародвижение; В. извлечение прибыли; Г. формирование убытка.		В. извлечение прибыли
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	3. Торговая сеть - это... А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и под общим управлением; Б. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории; В. совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением; Г. совокупность торговых предприятий, расположенных на разных территориях		А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и под общим управлением
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	4. В летний и осенний сезоны стационарная сеть дополняется А. киосками; Б. палатками; В. павильонами; Г. магазинами		Б. палатками
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	5. Назовите дистанционный вид продаж: А. оптовая торговля; Б. посылочная торговля; В. розничная торговля; Г. варианты А, Б, В		Б. посылочная торговля
ПК 1.3 ПК1.4	6. Назовите торговое предприятие по		А. хозяйственное товарищество

	ПК 1.5	организационно-правовой форме и виду предпринимательской деятельности: А. хозяйственное товарищество; Б. павильон; В. гипермаркет; Г. универсам	
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	7. Назовите транспортный фактор, учитываемый при размещении торговой сети: А. интенсивность движения общественного транспорта; Б. численность населения; В. денежные доходы населения; Г. денежные расходы населения	А. интенсивность движения общественного транспорта
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	8. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий: А. стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть; Б. отдельно стоящие, встроенные; В. гипермаркет, супермаркет, гастроном; Г. варианты А, Б	В. гипермаркет, супермаркет, гастроном
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия: А. общая площадь магазина; Б. методы продажи товаров; В. предоставляемый сервис; Г. варианты А, Б, В	А. общая площадь магазина

ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.5	10. Дайте характеристику фирменному магазину: А. реализует бренд одного отечественного производителя; Б. реализует бренды разных иностранных производителей; В. реализует бренды разных отечественных производителей ; Г. варианты А, Б, В	А. реализует бренд одного отечественного производителя
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	11. Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов - это ... А. технология торговли; Б. технологический процесс; В. организация торговли; Г. вариант А, Б, В	А. технология торговли
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	12. Назовите вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям: А. складирование; Б. размещение; В. торговля; Г. хранение	В. торговля
ПК 1.3 ПК1.4 ПК1.6	13. Определите функцию оптовой торговли: А. обособление промышленных предприятий; Б. обособление торговли;	Г. посредничество между промышленными и торговыми предприятиями

		В. контроль за промышленными и торговыми предприятиями; Г. посредничество между промышленными и торговыми предприятиями	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	14.Назовите принцип рационального товародвижения: А. кратчайший путь движения товара; Б. максимальный путь движения товара; В. максимальная загруженность складских помещений; Г. вариант Б и В	А. кратчайший путь движения товара	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	15.Порядок учета объема продаж, запасов на начало и конец планируемого периода происходит... А. методом экстраполяции динамических рядов продажи; Б. методом использования коэффициента эластичности; В. нормативным методом определения потребности в товарах; Г. балансовым методом.	Г. балансовым методом	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	16.Назовите вид розничной торговли, осуществляемой вне стационарной розничной сети с использованием специальных транспортных средств: А. разносная торговля; Б. развозная торговля; В. посылочная торговля;	Б. развозная торговля	

		Г. комиссионная торговля	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6		17.Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещения для хранения товаров, с учетом одного рабочего места продавца это ... А. киоск; Б. палатка; В. торговый автомат; Г. павильон	А. киоск
		18.Помещения для хранения тары и контейнеров ... А. подсобные; Б. административно-бытовые; В. технические; Г. комплексные	А. подсобные
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6		19.Назовите требования, предъявляемые для строительства торговых зданий, которые обеспечат наименьшие затраты труда и материальных ресурсов: А. эстетические требования; Б. строительные требования В. экономические требования; Г. санитарно-гигиенические требования	В. экономические требования
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6		20.Частота завоза товара в магазин зависит от ... А. емкости подсобных помещений; Б. количества покупателей; В. количества поставщиков;	А. емкости подсобных помещений

		Г. состава поставщиков	
Фонд тестовых заданий МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд 1 Вариант			
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	1. Целью контрактной системы является: а) обеспечение государственных и муниципальных нужд; б) развитие конкуренции; в) борьба с коррупцией; г) поддержка субъектов малого предпринимательства	а) обеспечение государственных и муниципальных нужд
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	2. Укажите отношения, которые не регулируются контрактной системой: а) планирование и обоснование закупок; б) доведение лимитов бюджетных обязательств до государственных заказчиков; в) осуществление закупок; г) заключение государственного и муниципального контракта; д) особенности исполнения контрактов; е) мониторинг и аудит закупок, контроль закупок	б) доведение лимитов бюджетных обязательств до государственных заказчиков
	ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	3. Принципом контрактной системы не является: а) принцип открытости и прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок; б) принцип обеспечения конкуренции;	д) принцип привлечения квалифицированных поставщиков (подрядчиков, исполнителей)

		в) принцип профессионализма заказчиков; г) принцип стимулирования инноваций; д) принцип привлечения квалифицированных поставщиков (подрядчиков, исполнителей)	
ПК 1.3 ПК1.4 ПК 1.6	4. Может ли орган или учреждение Российской Федерации централизованно осуществлять закупки для нужд субъектов РФ: а) да, во всех случаях, по решению Президента РФ; б) да, но только в части закупок за счет межбюджетных трансфертов из федерального бюджета; в) да, но только в части закупок за счет межбюджетных трансфертов или на основании соглашений, заключенных между федеральным органом исполнительной власти по регулированию контрактной системы и субъектом РФ; г) нет?	б) да, но только в части закупок за счет межбюджетных трансфертов из федерального бюджета	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	5. Какие действия заказчиком могут быть централизованы в рамках уполномоченного органа: а) планирование закупок; б) определение поставщиков	г) все вышеперечисленные	

		(подрядчиков, исполнителей); в) заключение государственных и муниципальных контрактов, их исполнение, в том числе приемка поставленных товаров, выполненных работ (их результатов), оказанных услуг, обеспечение их оплаты; г) все вышеперечисленные?	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	6. Централизация закупок может происходить по следующим признакам, определенным в решении о создании уполномоченного органа, уполномоченного учреждения либо решениями о наделении полномочиями соответствующих органов и учреждений: а) по товарной позиции или виду закупаемых работ (услуг); б) по ведомственной принадлежности заказчика; в) по способу определения поставщика, подрядчика, исполнителя; г) по начальной (максимальной) цене контракта; д) по всем вышеперечисленным	д) по всем вышеперечисленным	
ПК 1.4 ПК1.5	7. Электронный аукцион проводится в случаях:	б) если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень»	

	ПК 1.6 а) только при условии, если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р); б) если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р), а также по усмотрению заказчика в других случаях; в) только при условии, если закупаемые товары, работы, услуги включены в «аукционный перечень» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р), и в отношении закупаемых товаров, работ, услуг не допускается применять запрос котировок и запрос предложений	(утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р), а также по усмотрению заказчика в других случаях
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	8. Закупка посредством проведения конкурса может осуществляться: а) во всех случаях без ограничений; б) во всех случаях, кроме случаев закупки товаров, работ, услуг из «аукционного перечня» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р); в) в случаях, если осуществлять закупку	б) во всех случаях, кроме случаев закупки товаров, работ, услуг из «аукционного перечня» (утв. распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 № 471-р)

		товаров, работ, услуг иными способами не допускается; г) только в случае закупки товаров, работ и услуг, указанных в Законе о закупках	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	9. Запрос котировок в общем случае может проводиться, если начальная (максимальная) цена закупки не более: а) 1 млн. руб.; б) 700 тыс. руб.; в) 500 тыс. руб.; г) 400 тыс. руб.	в) 500 тыс. руб	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	10. Укажите условие, которое не обязательно должно быть определено в государственном или муниципальном контракте при его заключении: а) твердая цена, определенная на весь срок исполнения контракта; б) условия об ответственности заказчика и поставщика (подрядчика; исполнителя) за неисполнение или надлежащее исполнение обязательств, предусмотренных контрактом; в) условие о порядке и сроках оплаты товара, работы или услуги г) порядок действия сторон при форс-мажоре; д) условия о порядке и сроках осуществления заказчиком приемки поставленного товара,	г) порядок действия сторон при форс-мажоре	

		выполненной работы (ее результатов) или оказанной услуги, о порядке и сроках оформления результатов такой приемки	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	11. Возможно ли заключение контракта без составления единого документа, подписываемого двумя сторонами путем выставления исполнителем счета и оплаты его заказчиком: а) да; б) нет; в) только в отдельных случаях заключения контракта с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)?	в) только в отдельных случаях заключения контракта с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)?	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	12. Возможно ли при заключении контракта поменять условия его исполнения, которые были определены в документации о закупке и в проекте контракта: а) да, если это будет согласовано органом контроля в сфере закупок; б) да, если не возражает победитель закупки, с которым заключается контракт; в) нет, ни в каких случаях; г) нет, кроме допустимых случаев увеличения количества поставляемого товара на сумму, не	г) нет, кроме допустимых случаев увеличения количества поставляемого товара на сумму, не превышающую разницы между ценой контракта, предложенной таким участником, и начальной (максимальной) ценой контракта?	

		превышающую разницы между ценой контракта, предложенной таким участником, и начальной (максимальной) ценой контракта?	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	13. Укажите орган контроля в сфере закупок, который правомочен провести внеплановую проверку муниципального заказчика по жалобе участника закупок на неправомерные действия заказчика, допущенные при проведении электронного аукциона: а) федеральный орган контроля в сфере закупок; б) региональный орган контроля в сфере закупок; в) муниципальный орган контроля в сфере закупок	а) федеральный орган контроля в сфере закупок	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	14. Укажите орган или органы контроля в сфере закупок, который правомочен провести плановую проверку муниципального заказчика: а) федеральный орган контроля в сфере закупок; б) региональный орган контроля в сфере закупок; в) муниципальный орган контроля в сфере закупок	в) муниципальный орган контроля в сфере закупок	
ПК 1.4 ПК1.5	15. Укажите орган или орган контроля в	б) региональный орган контроля в сфере закупок	

	ПК 1.6	сфере закупок, который правомочен провести плановую проверку регионального заказчика: а) федеральный орган контроля в сфере закупок; б) региональный орган контроля в сфере закупок; в) муниципальный орган контроля в сфере закупок.	
ВАРИАНТ №2			
	ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	1. Принцип открытости и прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок не предполагает раскрытия информации: а) о доведенных лимитах бюджетных обязательств до государственных заказчиков; б) об извещениях об осуществлении закупок (конкурса, аукциона), сведения о которых составляют государственную тайну, при условии, что такие сведения содержатся в документации о закупке или в проекте контракта; в) о жалобах на действия (бездействия) участников контрактной системы; г) о заключенных государственных и муниципальных контрактах	а) о доведенных лимитах бюджетных обязательств до государственных заказчиков
	ПК 1.4 ПК1.5	2. Нарушением принципа	в) предъявление различных требований к участникам закупки, являющихся субъектами

	ПК 1.6	обеспечения конкуренции является: а) предъявление квалификационных требований к участникам закупки; б) размещение извещения об осуществлении закупки исключительно среди субъектов малого предпринимательства; в) предъявление различных требований к участникам закупки, являющихся субъектами малого предпринимательства, и у иным участникам закупки	малого предпринимательства, и у иным участникам закупки
	ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	3. Принцип профессионализма заказчиков не предполагает, что: а) все члены комиссии по осуществлению закупок должны пройти профессиональную переподготовку или повышение квалификации в сфере закупок; б) заказчики должны определить специальных работников, ответственных за сопровождение процесса закупок товаров, работ, услуг в организации; в) работники контрактной службы, контрактный управляющий должны иметь высшее образование или дополнительное профессиональное	а) все члены комиссии по осуществлению закупок должны пройти профессиональную переподготовку или повышение квалификации в сфере закупок

		образование в сфере закупок	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6		4. Отметьте, какие документы, в сфере планирования закупок, оформляемые заказчиком, подлежат размещению в открытом доступе посредством размещения их в единой информационной системе: а) план закупок; б) план-график; в) форма обоснования закупок; д) все указанные документы	д) все указанные документы
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6		5. Отметьте закупки, которые подлежат обязательному общественному обсуждению: а) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 100 млн руб.; б) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 500 млн руб.; в) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 1000 млн руб	в) закупки с начальной (максимальной) ценой контракта более 1000 млн руб
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6		6. Отметьте процедуры, которые не проводятся в рамках общественного обсуждения закупок: а) обсуждение закупки в единой информационной системе посредством сбора замечаний и	в) проведение социологических опросов

		предложений пользователей и дачи ответа на них; б) очное публичное обсуждение закупок; в) проведение социологических опросов	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	7. Укажите основное отличие между конкурсом и аукционом: а) при проведении аукциона победитель выбирается по единственному критерию - цена контракта, а при проведении конкурса победитель выбирается по совокупности критериев (как минимум двух); б) при проведении аукциона победитель выбирается по цене контракта, а при проведении конкурса цена не играет значения, и победитель выбирается на основе оценки его предложений о качестве товаров, работ и услуг, и сведений о его опыте работы и иной квалификации; в) аукцион - это стадия проведения конкурса, когда среди отобранных найти на предквалификационном этапе участников конкурса, победителем признается участник, предложивший наименьшую цену контракта	а) при проведении аукциона победитель выбирается по единственному критерию - цена контракта, а при проведении конкурса победитель выбирается по совокупности критериев (как минимум двух)	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	8. Конкурсная документация - это:	в) совокупность документов, оформляемых заказчиком, в которых содержатся вся необходимая информация о проведении конкурса,	

		а) совокупность документов, которые участник конкурса подает заказчик для участия в конкурсе; б) номенклатурное дело заказчику, которое он формирует после завершения проведения конкурса, в которое включаются все заявки участников конкурса, а так же все документы, оформляемые заказчиков в рамках такого конкурса (извещение, протоколы, уведомления и т. д.); в) совокупность документов, оформляемых заказчиком, в которых содержатся вся необходимая информация о проведении конкурса, необходимая участникам о для подачи ими заявок и формулирования своего предложения по условиям исполнения контракта	необходимая участникам о для подачи ими заявок и формулирования своего предложения по условиям исполнения контракта
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	9. Укажите вид отчета, в отношении которого Закон о закупках не предусматривает обязанность его формирования заказчиком: а) отчет о невозможности или нецелесообразности использования иных способов определения поставщика при осуществлении закупки у единственного поставщика	б) отчет о результатах проведения конкурса, аукциона, запроса котировок, запроса предложений	

		(подрядчика, исполнителя); б) отчет о результатах проведения конкурса, аукциона, запроса котировок, запроса предложений; в) отчет об исполнении государственного (муниципального) контракта и (или) о результатах отдельного этапа его исполнения; г) отчет об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	10. Укажите поставщиков (подрядчиков, исполнителей), которые могут не представлять заказчику обеспечение исполнения контракта: а) казенные учреждения; б) предприятие уголовно-исполнительной системы; в) организации инвалидов; г) субъекты малого предпринимательства; д) социально ориентированная некоммерческая организация	а) казенные учреждения	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	11. Заказчик создает приемочную комиссию для осуществления приемки	г) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым	

		поставленного товара (результата выполненной работы, оказанной услуги): а) во всех случаях для принятия результатов исполнения контракта (его отдельных этапов); б) в случае, если контракты были заключены по результатам проведения конкурсов или аукционов; в) в случае если цена контракта превышает 50 млн руб.; г) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	12. Экспертиза предусмотренных контрактом поставленных товаров, выполненных работ, оказанных услуг проводится привлеченными заказчиком экспертами, экспертными организациями: а) во всех случаях осуществления приемки товаров, работ, услуг; б) в случаях, если принимается высокотехнологичная (технически сложная) или инновационная продукция; в) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым, а также в отдельных случаях осуществления закупки у	в) по своему усмотрению в тех случаях, когда сочтет это необходимым, а также в отдельных случаях осуществления закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя)	

		единственного поставщика (подрядчика, исполнителя)	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	13. Укажите орган контроля в сфере закупок, который правомочен провести внеплановую проверку оператора электронной площадки по жалобе участника закупок на неправомерные действия оператора электронной площадки, допущенные при проведении электронного аукциона для нужд муниципального заказчика: а) федеральный орган контроля в сфере закупок; б) региональный орган контроля в сфере закупок; в) муниципальный орган контроля в сфере закупок	а) федеральный орган контроля в сфере закупок	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	14. Укажите лица, которые не являются субъектами контроля в рамках контроля в сфере закупок, осуществляемого федеральным органом контроля в сфере закупок: а) федеральные заказчики; б) региональные заказчики; в) контрактные службы; г) контрактные управляющие;	и) банки, осуществляющие банковское сопровождения контрактов	

		д) комиссии по осуществлению закупок и их члены; е) уполномоченные органы (уполномоченные учреждения) ж) специализированные организации; з) операторы электронных площадок; и) банки, осуществляющие банковское сопровождения контрактов	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	15. Укажите, что из приведенного ниже перечня не является объектом контроля в сфере закупок: а) результаты оценки заявок участников по неценовым критериям (критериям, относящимся к качеству и квалификации); б) обоснованность выбора способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя); в) положения документации о закупке, касающиеся порядка оценки заявок по неценовым критериям (критериям, относящимся к качеству и квалификации); г) обоснованность определения дополнительных квалификационных требований к участникам закупки	а) результаты оценки заявок участников по неценовым критериям (критериям, относящимся к качеству и квалификации)	
Вопросы к экзамену по МДК.01.02 Организация и осуществление продаж			

ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	1. Объекты торгово-сбытовой деятельности: материальные товары, услуги, работы	В качестве основных объектов торгово-сбытовой деятельности в торговле выступают товары и услуги. Эффективность коммерческой деятельности организаций торговли во многом зависит от того, насколько набор товаров и услуг, предлагаемых покупателям, соответствует их потребностям. В условиях конкуренции на рынке правильный выбор объектов коммерческой деятельности играет особую роль. Товары как объект коммерческой деятельности. Товар - это произведенный для продажи продукт труда. Им может быть любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от продавца к покупателю по договору купли-продажи. В зависимости от целей, с которыми приобретаются товары, они могут быть разделены на две группы: - Товары народного потребления; - товары производственного назначения Услуги торговли. Услуга является результатом непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Услуги, оказываемые населению, по функциональному назначению подразделяются на материальные и социально-культурные
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	2. Субъекты торгово-сбытовой деятельности	Субъектами, осуществляющими коммерческие операции выступают производственные, сбытовые и торговые организации, а также предприятия их сферы услуг
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	3. Специфика объектов коммерческой деятельности	Объекты коммерческой деятельности — это все то, что подлежит купле-продаже: потребительские товары, услуги, деньги, ценные бумаги, различное имущество, информация, результаты интеллектуальной деятельности (произведения искусства, науки и литературы). Исключение составляют те товары, свободная продажа которых запрещена законом: оружие, яды, наркотики. Совокупность товаров и услуг образуют потребительский рынок. Во всем многообразии объектов коммерческой деятельности преобладающую роль играют потребительские товары, т.е. продукция отраслей материального производства, поступившая в

			сферу товарного обращения для купли-продажи или обмена
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	4.Потребители: понятие, их права и защита	Потребители — это те, кто заказывает или покупает товары, услуги. Основные права потребителей: Право на качество — требование потребителя о соответствии товара (услуги) договору, обязательным требованиям, прямо указанным в законе, обычно предъявляемым требованиям. Право на безопасность — требование потребителя о том, чтобы товар (услуга) был безопасен для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды. Право на информацию — требование потребителя на необходимую и достоверную информацию о товаре (услуге). Предоставленная информация должна обеспечивать возможность осознанного выбора. Право на возмещение ущерба — требование потребителя на возмещение как материального, так и морального вреда.	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	5.Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм	Государственное регулирование коммерческой деятельности в сфере обращения товаров и услуг представляет собой комплекс осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти мер, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли. Целью ГРЭ является обеспечение стабильного функционирования экономической системы в переходном периоде путем принятия определенных мер. Это могут быть меры законодательные, контрольные и иные. Они призваны помочь экономике приспособиться к изменяющимся условиям функционирования. Меры направляются на регулирование ресурсной базы, процесса производства, финансовых потоков. Меры ГРЭ могут приниматься как на уровне Федерации, так и локально	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	6.Направления государственного регулирования: защита прав потребителей	Развитие торговых отношений и в целом разных видов торговли также играет большую роль в развитии института защиты прав потребителей является Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О	

			защите прав потребителей» ¹ (далее – Закон «О защите прав потребителей»). Преобладающее значение в структуре нормативных правовых актов закон о защите прав потребителей отводит Гражданскому Кодексу Российской Федерации (далее – ГК РФ), а именно его первой ² и второй ³ части, в рамках ст. 497 которой непосредственно закреплено понятие дистанционного способа продажи товара, указываются условия необходимые для заключения дистанционного договора купли-продажи. Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, продавцами, исполнителями при реализации товаров, выполнении оплачиваемых работ и оказании услуг, то есть в части удовлетворения многочисленных бытовых потребностей граждан.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	7.Устранение административных барьеров предпринимательской деятельности	В целях создания условий для развития предпринимательства в Российской Федерации как важного фактора, обеспечивающего экономический рост и занятость населения, постановляю: 1. Определить основными задачами органов государственной власти в Российской Федерации при проведении государственной политики развития предпринимательства в стране: сокращение административных барьеров при осуществлении предпринимательской деятельности; уменьшение количества государственных органов, осуществляющих лицензирование предпринимательской деятельности, и регламентирование в полном объеме деятельности по лицензированию вышестоящими органами государственной власти; четкое разграничение функций по лицензированию, контролю и государственному регулированию между различными органами исполнительной власти. Административные барьеры (далее также – АБ) не просто являются препятствием на пути развития бизнеса и предпринимательства, но и создают иную государственную проблему, так как «обычной реакцией малых предприятий на административные барьеры является уход в «теневую» экономику с целью снижения трансакционных издержек (непроизводительных затрат) и «бюрократических рисков» ¹⁵ . Действительно, административные барьеры, наряду с повышенной налоговой нагрузкой и	

			усложненностью правил налогообложения, низкой доступностью банковского кредита, криминалом и «крышей», коррупцией являются одним из основных факторов, стимулирующих уход предпринимателей в теневой сектор. По сути, при наличии всех этих факторов в сложившихся условиях малый бизнес вынужден существовать, имея определенную долю средств «в тени», и пока воздействие этих факторов не ослабнет, ситуация в данном секторе экономики не улучшится
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	8. Торгово-сбытовая деятельность: назначение, сфера применения, сущность, содержание	Сбытовая деятельность — это совокупность взаимоотношений в сфере обмена, при котором основными средствами выступают деньги и продукты. Основные функции сбыта: Продажа — обеспечение реализации продуктов на рынке. Физический сбыт — непосредственное перемещение товара в географическом пространстве. Обслуживание продукта — совокупность действий, направленных на повышение ценности товара с сохранением его характеристик. Информационное обеспечение — исследование рыночной ситуации для получения сведений об участниках рынка и современных тенденциях. Оценка рисков — анализ информации, данных, прогнозирование возможных рисков, связанных с выдачей покупателям кредитов, управление сырьевыми запасами и нереализованной готовой продукцией, рациональное использование ресурсов компании	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	9. Составные элементы торгово-сбытовой деятельности: цели, задачи, принципы	Сбыт продукции – это один из аспектов коммерческой деятельности промышленного предприятия. Сбыт является средством достижения поставленных целей предприятия и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей. Сбыт продукции для предприятия важен по ряду причин: объем сбыта определяет другие показатели предприятия (величину доходов, прибыль, уровень рентабельности). Кроме того, от сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. Задачами сбытовой политики является : – формирование сбыта, в зависимости от предпочтений потребителей и стимулирование их; – выработка, подготовка и принятие решений о	

			рациональной структуре каналов распределения. – обеспечение эффективной сбытовой логистики и комплексного сервиса клиентуры. Речь идет о том, что логистика в современном сбыте становится исключительно мощным оружием конкурентной борьбы и формирования лояльности клиентуры по отношению к фирме.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	10. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару		Информация о потребителях является экономическим фундаментом коммерческой деятельности, так как она способствует формированию предложений на рынке товаров и услуг в соответствии с их спросом, повышает эффективность коммерческой работы. Оценка потребительского спроса до начала производства товаров снижает риск выпуска товаров, не пользующихся спросом, а процесс реализации товаров становится менее затратным. Коммерческая информация о потребителях и их предпочтениях способствует тому, чтобы нужный товар оказался в нужном месте, в нужное время и по нужной цене, что обеспечит снижение затрат на его реализацию. Коммерческий успех зависит от умения специалистов использовать в практической работе полученную информацию. Можно выделить наиболее значимую информацию о покупателе и его запросах: - кто является покупателем товара и какие нужды и потребности при этом удовлетворяются; - численность обслуживаемого населения, его половозрастной и социальный состав, образование, уровень доходов, покупательная способность; - жительства, национальные и религиозные традиции; - жизненный цикл семьи, включающий семейное положение, возраст, наличие и возраст детей; - образ жизни, особенности характера
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	11. Требования внешних внутренних рынков к товарной продукции		Изучение требований рынка к товару включает в себя: - сегментацию рынка, т.е. выделение групп потребителей данной зоны деловой активности (ЗДА); - понимание (характеристика) потребителя, его социально-психологических особенностей, мотиваций; - анализ фирменной структуры рынка, прежде всего - наличия конкурентов и особенностей их деятельности; - формулирование требований к качеству товара - стандартных, потребительских, конструктивных;

			рассмотрение возможностей обеспечения патентной чистоты товара. Сегментация рынка заключается в разбивке (делении) рынка по группам потребителей, для которых могут быть необходимы отдельные товары (услуги). Следует отметить, что любой рынок состоит из покупателей, которые отличаются друг от друга по своим вкусам, желаниям, потребностям и приобретают товары исходя из разных мотиваций. Производитель должен понимать, что при разнообразии спроса в условиях конкуренции каждый человек будет неодинаково реагировать на предлагаемые товары или услуги. Очень сложно удовлетворить запросы всех реальных и потенциальных потребителей, так как у каждого из них имеются определенные различия в потребностях
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	12.Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о соотношении спроса и предложения		Спрос — это форма проявления потребностей общества в целом или его отдельных членов, которая обеспечена покупательной способностью, т.е. денежным эквивалентом. Спрос, как и потребности, по своему объему и структуре обусловлен конкретными для данного момента условиями: уровнем развития экономики, производства, жизни и т.д. Спрос на товары народного потребления принято называть покупательским. Он может быть предъявлен индивидуальными покупателями (спрос населения на потребительские товары). Кроме того, спрос на потребительские товары могут предъявить коллективные покупатели: организации, учреждения (больницы, школы, детские сады, санатории и т.д.). Спрос может быть четко сформулированный, т.е. предъявляется на конкретный товар с определенными потребительскими свойствами, при отсутствии которого не происходит взаимозаменяемости. Альтернативный спрос формируется на основе сопоставления имеющихся товаров, допускает широкую взаимозаменяемость. При отсутствии в продаже нужного товара покупатель не откладывает покупку, а ищет ему замену, покупая другой с аналогичными потребительскими свойствами. Особенно это проявляется внутри группы товаров (мясо, рыба, одежда, обувь), хотя существует и межгрупповая взаимозаменяемость (мясо - рыба, одежда - трикотаж). Импульсный спрос означает, что потребность в покупке отдельных товаров заранее не возникала, а проявилась под влиянием предложения

ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	13.Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торгово-сбытовой деятельности	Система хозяйственных связей торговли с промышленностью — важнейшая составная часть хозяйственного механизма страны. Это взаимодействие предприятий, объединений, отраслей народного хозяйства с потребителями продукции. Рациональные хозяйственные связи способствуют планомерному развитию экономики, сбалансированности спроса и предложения. Осуществляется своевременная поставка товаров народного потребления и продукции производственного назначения покупателям. Хозяйственные связи — это отношения, складывающиеся между поставщиками и покупателями в процессе поставок товаров. Сюда входят отношения: - экономические; - организационные; - коммерческие; - административно-правовые; - финансовые и др.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	14.Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация	Цели установления хозяйственных связей. 1. Согласование потребностей с предложениями товаров по месту и времени. 2. Непрерывность процессов производства. 3. Непрерывность процессов обращения и потребления. Принципы установления хозяйственных связей. - единство целей и задач всех участников; - стабильность процессов; - ответственность за выполнение взаимных обязательств; - приоритет торговых партнеров. Классификация хозяйственных связей. 1) По объекту установления связей: предплановые; реальные; 2) По структуре хозяйственные связи бывают: простые; сложные; прямые; косвенные; 3) По продолжительности: разовые; краткосрочные; длительные; 4) По ведомственной продолжительности: межсистемные; внутрисистемные; 3) В зависимости от района действия связей: республиканские; межгосударственные; местные; региональные; межрегиональные
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	15. Методы отбора поставщиков торгово-сбытовой деятельности	Методы выбора поставщиков: - объявление конкурса - изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации и т. п - посещение выставок и ярмарок

			переписка и личные контакты с возможными поставщиками Надежность поставщика является важной компонентой успеха и устойчивости компании. Особенно в кризис. Мы определим принципы формирования портфеля поставщиков, проанализируем роль поставщиков в нашем производстве, сформируем требования к поставщику, обсудим некоторые антикризисные меры. Чтобы грамотно управлять закупками, нам необходимо ответить на 4 вопроса: 1. что мы покупаем, 2. где мы покупаем, 3. у кого и на каких условиях, 4. как мы будем покупать в будущем. Для создания качественного продукта требуется не только выбор и оценка поставщика, но и управление поставщиками. Управление поставщиками — это создание портфеля поставщиков и управление им.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	16.Требования к структуре содержания договора поставки, спецификации	Договор поставки – соглашение между двумя сторонами, по которому одна сторона обязуется доставить товар другой стороне. Полученный товар должен использоваться только в предпринимательской деятельности или иной деятельности, но не в личных целях. Договор поставки – это одна из разновидностей договора купли-продажи. В предмете договора прописывается обязанность поставщика передать товар покупателю. Обязательным условием договора является наименование и характеристики товара. Данная информация может прописываться в тексте самого договора, если товар один. При поставке нескольких видов товара, информация о них прописывается в спецификации товаров. Спецификация является приложением к договору. Формирование спецификации на поставку товара происходит только после заключения договора поставки. Документ не является самостоятельным, а служит приложением к договору, являясь его неотъемлемой частью. Спецификации имеют довольно широкое распространение (особенно в торговых компаниях), даже несмотря на то, что они не являются обязательными к применению.	
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	17.Понятие и условия договора в коммерческой деятельности	Правовые аспекты взаимоотношений субъектов коммерческой деятельности определены Гражданским кодексом Российской Федерации. В нем содержатся общие положения о договоре, а также нормы, регулирующие отдельные его виды.	

			Договор - это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей. Сторонами договора могут быть как граждане, так и юридические лица. Условия договора стороны определяют самостоятельно, за исключением случаев, когда содержание соответствующего условия предписано действующим законодательством. Основными видами договоров, применяемых в торговле, являются: договор купли-продажи; договор розничной купли-продажи; договор поставки; договор складского хранения; договор комиссии; трудовой договор. Кроме 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. По договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	18. Организация претензионной работы в торгово-сбытовой деятельности		Выделяют следующие виды претензий: Претензии к качеству обслуживания. Они обычно связаны с грубостью персонала, его некомпетентностью, отсутствием сотрудников на рабочем месте, невнимательностью к потребностям покупателя. Претензии к работе розничного магазина в целом: нарекания на неудобный график, медленное решение вопросов, несвоевременную доставку товара, маленький ассортимент. Претензии к качеству реализуемых товаров: просроченные продукты, неисправная техника, несоответствие товара заявленным характеристикам и прочее. Важно в процессе общения с клиентом выделить основную причину обращения. Человек может быть недоволен качеством продукции, а обвинять во всем некомпетентных продавцов. И задача руководителя – выявить базовую проблему и устранить её. Поставщики, как правило, нарушают договор по качеству, ассортименту и количеству

			поставляемого товара. Претензионная работа покупателя значительно сложнее, чем у поставщика, поскольку связана с большим количеством действий при приемке товара, а также зависит от того, кто доставлял товар. Претензии перевозчикам — особенность претензионной работы покупателя. Итогом заключенного договора поставки для покупателя будет получение товара. Доставку товара поставщик может осуществлять или своими силами или заключить договор перевозки грузов с компанией-перевозчиком. Чаще всего товар доставляют автомобильным или железнодорожным транспортом. Для перевозок автотранспортом действуют, утвержденные постановлением Правительства РФ от 15.11.2011 № 272 Правила перевозок грузов автомобильным транспортом (далее - Правила). В отношении железнодорожного транспорта действует «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» от 10.01.2003 № 18-ФЗ (далее - Устав). Перевозчик обязан доставить вверенный ему груз отправителем и передать получателю (п. 1 ст. 785 ГК РФ). В данном случае перевозчик отвечает за сохранность груза. При оформлении выявленных недостатков или порчи груза есть ряд особенностей и зависят они от того, каким видом транспорта он доставлялся получателю.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	19.Транспортное обеспечение торгово-сбытовой деятельности: понятие, значение, виды транспортных средств	Для перевозки грузов организации и предприятия используют как свой автомобильный транспорт, так и транспорт общего пользования либо принадлежащий другим организациям и предприятиям.⁷ Организации и предприятия заключают с автохозяйствами договоры на перевозку грузов, в которых устанавливаются объем и сроки перевозок, порядок составления, представления и выполнения заявок на перевозку грузов, порядок выполнения погрузочно-разгрузочных работ и экспедирования товаров, материальная ответственность, определяются рациональные формы, маршруты и схемы грузоперевозок. Пред началом каждого месяца утверждаются декадные задания на перевозку грузов. В соответствии с ними грузоотправители должны заблаговременно представлять автохозяйствам заявки на требуемое количество автомобилей. С учетом объемов и характера предстоящих перевозок автохозяйства выделяют автотранспортные средства соответствующих типов в необходимом количестве. Они должны	Для перевозки грузов организации и предприятия используют как свой автомобильный транспорт, так и транспорт общего пользования либо принадлежащий другим организациям и предприятиям.⁷ Организации и предприятия заключают с автохозяйствами договоры на перевозку грузов, в которых устанавливаются объем и сроки перевозок, порядок составления, представления и выполнения заявок на перевозку грузов, порядок выполнения погрузочно-разгрузочных работ и экспедирования товаров, материальная ответственность, определяются рациональные формы, маршруты и схемы грузоперевозок. Пред началом каждого месяца утверждаются декадные задания на перевозку грузов. В соответствии с ними грузоотправители должны заблаговременно представлять автохозяйствам заявки на требуемое количество автомобилей. С учетом объемов и характера предстоящих перевозок автохозяйства выделяют автотранспортные средства соответствующих типов в необходимом количестве. Они должны

			быть исправны и чистыми в санитарном отношении. Подача их под погрузку должна осуществляться в указанное в заявке время. Товары, представленные к перевозке, должны быть соответствующим образом подготовлены к транспортированию. Они должны быть заранее упакованы в инвентарную тару, взвешены, сгруппированы по получателям. Заблаговременно должны быть также подготовлены товарно-транспортные документы и счета-фактуры.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК 1.6	20.Правила перевозки скоропортящихся грузов		Приказ Министерства транспорта РФ от 4 марта 2019 г. N 66 "Об утверждении Правил перевозок железнодорожным транспортом скоропортящихся грузов" (с изменениями и дополнениями) 1.2. К скоропортящимся грузам относятся грузы, которые при перевозке железнодорожным транспортом требуют защиты от воздействия на них высоких или низких температур наружного воздуха, ухода или особого обслуживания в пути следования. Перечни скоропортящихся грузов (далее - грузы) и предельные сроки их перевозки в специализированных изотермических вагонах (рефрижераторные, молочные цистерны, изотермические вагоны-цистерны и цистерны-термосы), крытых вагонах в зависимости от термической, технологической обработки и периода года указаны в приложениях 1, 2, 3, 4 и 5 к настоящим Правилам.
ПК 1.4 ПК1.5 ПК1.6	21. Договора перевозки: общие положения, разновидности договоров		I. Договор перевозки представляет собой договор о перемещении и доставке в пункт назначения пассажиров, багажа или грузов на определенном виде транспорта в срок и за плату. Договоры перевозки регулируются гражданским кодексом (статьи 784 – 800), а также транспортными кодексами и уставами и отдельными законами. Это Воздушный Кодекс РФ 1997 года, Транспортный Устав железных дорог РФ 1998 года, Кодекс торгового мореплавания 1999 года и др. Общие юридические признаки договоров перевозки: Правовая сущность – направлен на оказание услуг в виде перемещения пассажиров или материальных ценностей. Юридический объект – действия по транспортировке (транспортная деятельность) и сопутствующие ей действия по погрузке, хранению, выгрузке и т.п.) Материальный (вторичный) объект: грузы, багаж, пассажиры.

			Субъектный состав. Стороны договора: перевозчик, пассажир, грузоотправитель (в зависимости от вида договора перевозки).
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	22.Транспортные тарифы правила их применения		Расчеты за услуги, оказываемые транспортными организациями, осуществляются с помощью транспортных тарифов. Тарифы включают в себя: - платы, взыскиваемые за перевозку грузов; - сборы за дополнительные операции, связанные с перевозкой грузов; - правила исчисления плат и сборов. Как экономическая категория транспортные тарифы являются формой цены на продукцию транспорта. Их построение должно обеспечивать: - транспортному предприятию - возмещение эксплуатационных расходов и возможность получения прибыли; - покупателю транспортных услуг - возможность покрытия транспортных расходов.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	23.Коммерческие акты: назначение, основания для составления, оформление		Коммерческие акты для удостоверения следующих обстоятельств: – несоответствие наименования, массы, количества мест груза данным, указанным в перевозочном документе; – повреждение (порча) груза; – обнаружение груза без перевозочных документов, а также перевозочных документов без груза; – возвращение железной дороге похищенного груза; – непередача железной дорогой груза на железнодорожный подъездной путь в течение 24 часов после оформления документов о выдаче груза. По просьбе грузополучателя железная дорога может принимать в соответствии с договором участие в проверке состояния груза, его массы, количества мест и составлять коммерческий акт Коммерческий акт составляется: – при выгрузке грузов в местах общего пользования – в день выгрузки, в соответствующих случаях – в день выдачи грузов грузополучателю (получателю); – при выгрузке грузов в местах необщего пользования – в день выгрузки грузов, при этом проверка грузов должна проводиться в процессе их выгрузки или непосредственно после выгрузки грузов; – в пути следования грузов – в день обнаружения обстоятельств, подлежащих оформлению коммерческим актом.

ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	24. Информационные процессы: сбор, обработка, накопление, хранение, передача информации другим участникам коммерческой деятельности	Информационные процессы — это деятельность, связанная с преобразованием и передачей информации. Основные информационные процессы включают в себя: Сбор информации — получение данных из разных источников. Хранение информации — сохранение данных в памяти устройства или на внешних носителях. Обработка информации — преобразование данных с помощью алгоритмических операций. Передача информации — перемещение данных между устройствами или людьми. Вывод информации — представление данных в удобной для восприятия форме.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	25. Информационные ресурсы: товарно-сопроводительные документы, товарная маркировка и ее значение для предприятий-изготовителей	Первичными источниками товарной информации и одновременно исполнителями услуг по информированию продавцов или потребителей о продаваемых товарах являются производители. От того, насколько качественны эти информационные услуги, зависят скорость продвижения товаров по каналам распределения, интенсивность сбыта, стимулирование продаж, создание потребительских предпочтений и, в конечном счете, жизненный цикл товара. Производственную информацию может дополнять продавец. Товарно-сопроводительные документы (ТСД) — документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для идентификации товарных партий на всем пути их товародвижения. ТСД предназначены для изготовителей и продавцов, а также для потребителей, в которых содержится коммерческая информация. В зависимости от характеристик товара, ТСД подразделяют на следующие виды: количественные, по качеству, расчетные и комплексные. Разновидности ТСД определяются назначением конкретных документов. Количественные товарно-сопроводительные документы — технические документы, предназначенные для передачи и хранения информации о количественных характеристиках товаров или товарных партий. Кроме размерных характеристик (масса, длина, объем и т. и.), в них обязательно содержатся сведения, идентифицирующие товар, к которому эти характеристики относятся (наименование, при необходимости сорт, марка и т. п.).
ПК 1.3 ПК1.5	26. Содержание и организация закупочной работы	Закупка товаров представляет собой одну из важных составных частей коммерческой

	ПК 1.6		деятельности. В качестве поставщиков товаров могут выступать производители товарной продукции, посредники, оптовые ярмарки и рынки, товарные биржи, аукционы, как в России, так и за рубежом. Закупочная деятельность включает в себя такие операции, как: изучение и прогнозирование покупательского спроса; выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров; ориентирование на цену товара, соответствующую действующей рыночной конъюнктуре; организация хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая подготовку и заключение договоров поставки; организация учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств. Исходя из перечисленных операций, закупочная деятельность должна проводиться с соблюдением следующих обязательных условий: конкуренции поставщиков; свободы выбора поставщика; свободы выбора цены; равноправия партнеров по сделке купли-продажи независимо от форм собственности, государственной принадлежности, формы предприятия; материальной и моральной (этической) ответственности партнеров по сделке друг перед другом; самостоятельности коммерческого работника, осуществляющего закупку товара.
	ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	27.Основные методы закупок	Планирование методов закупок является не менее важной, чем определение потребностей в материальных ресурсах. В зависимости от сложности выпускаемой продукции, состава комплектующих изделий и материалов, происходит обоснование и выбор метода закупок. В закупочной логистике, согласно принятой классификации, выделяют четыре основных метода закупок: Оптовые закупки Регулярные закупки мелкими партиями Закупки по мере необходимости Комбинационные Метод увеличения объемов закупок сводится к следующему: 1. Учитывается спрос на конкретные виды продукции для принятия решения об их закупках.

			2. Анализируется спрос в течение, по меньшей мере, 12 мес. для учета всех возможных видов сезонных колебаний. 3. Определяется достаточный объем спроса на протяжении 12 мес. для создания запасов конкретного вида продукции. 4. Решения о создании запасов принимаются в зависимости от количества заказов на конкретные виды продукции, а не от количества проданной продукции.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	28.Этапы процесса проведения закупки	Процесс закупки начинается с момента появления потребности организации в материале, товаре или услуге извне. Как только потребность определена и сформулирована, осуществляется ее формализация. В результате определяются конкретные параметры необходимого. При этом очень важен баланс цена/качество, ведь если характеристики объекта закупки будут завышены, организация понесет убытки, если занижены – рабочий процесс не будет налажен. Грамотно организованная закупочная деятельность позволяет постоянно отслеживать потребности организации, благодаря чему склады не переполняются и в то же время не создается дефицита товаров, а услуги не оплачиваются впустую.	
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	29.Организация биржевой торговли: сущность и роль биржевой торговли	Биржа — это место проведения организованных торгов, площадка, где заключаются сделки с финансовыми инструментами, и одновременно — коммерческая структура, которая обеспечивает и регулирует торговые операции. Участники рынка покупают и продают активы: облигации, акции, валюту, фьючерсы, опционные контракты, депозитарные расписки. Функции биржи: Обеспечить торговый оборот ценных бумаг и финансовых активов на фондовом рынке внутри страны и на международном уровне. Регулировать ценообразование на торгуемые ценные бумаги и другие товары. Централизовать и упорядочить процесс покупки и продажи финансовых инструментов. Обеспечить ясность и прозрачность сделок. Установить стандарты биржевой торговли и контролировать их соблюдение. Предоставить сторонам гарантии. Выступать посредником, участвовать в передаче капитала от трейдеров к акционерным обществам.	
ПК 1.3 ПК1.5	30.Торговля на аукционах, конкурсах	Статья 447 ГК РФ предусматривает, что договор, если иное не вытекает из его существа, может быть	

	ПК 1.6	(тендерах): сущность и виды торгов, сущность и организационные формы аукционов	заключен путем проведения торгов. В этом случае договор заключается с лицом, выигравшим торги. В качестве организатора торгов может выступать собственник вещи или обладатель имущественного права либо специализированная организация. Специализированная организация действует на основании договора с собственниками вещей или обладателями имущественных прав и выступает либо от их имени, либо от своего имени. Торги проводятся в форме аукциона или конкурса. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу — лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило лучшие условия. Аукционы и конкурсы могут быть открытыми и закрытыми. В открытом аукционе или конкурсе может участвовать любое лицо. В закрытом аукционе или конкурсе участвуют только лица, приглашенные для этой цели. Торги могут быть внутренними и международными. Извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором не менее чем за тридцать дней до их проведения (ст. 448 ГК РФ). Извещение должно содержать сведения о времени, месте и форме торгов, их предмете и порядке проведения, в том числе об оформлении сведения о начальной цене. В случае, если предметом торгов является только право на заключение договора, в извещении о предстоящих торгах должен быть указан предоставляемый для этого срок.
	ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	31.Выставочно-ярмарочная деятельность	выставочно-ярмарочная деятельность - предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества; "выставка (ярмарка)" - выставочно-ярмарочное мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью.
	ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	32.Условия внешнеторгового контракта	1 Во внешнеторговом договоре резидент обязан предусмотреть следующие обязательные условия: стоимость товара, условия расчета, валюту расчета, реквизиты контрагента-нерезидента (наименование, местонахождение,

		банковские реквизиты), учетный номер идентификации плательщика. 2 Существенным условием внешнеторгового договора является его предмет. В качестве предмета договора нужно определить: наименование и количество поставляемого товара; наименование выполняемой работы; наименование (описание) оказываемой услуги; описание предмета займа; описание объекта интеллектуальной собственности. В случае отсутствия в договоре существенных и обязательных условий он считается незаключенным. Определение предмета договора влияет на статус договора, а также имеет существенное значение при возникновении спора о надлежащем исполнении условий договора. Предмет договора имеет значение для регуляторных вопросов, связанных с исполнением контракта. Например, к ним относятся вопросы таможенного оформления при перемещении товара, вопросы налогообложения при оказании услуг, выполнении работ.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	33.Документооборот внешнеторговых сделок	Документы, подтверждающие исполнение внешнеторговой сделки на всех этапах её реализации – от поставки продавцом товара, его транспортировки, хранения на складах до прохождения через таможенную, - принято называть внешнеторговыми. К внешнеторговым документам относятся документы, выполняющие на разных этапах исполнения внешнеторговой сделки свои специфические функции. Внешнеторговые документы можно классифицировать на оперативно-внешнеторговые (контракт, документы по обеспечению производства экспортного товара, по подготовке товара к отгрузке), транспортные (коносамент, товаротранспортные накладные и другие связанные с обеспечением доставки товара документы), товаросопроводительные, расчетные, таможенные, страховые документы. Во внешней торговле расчеты производятся не против товара, а против документов, представляющих товар. Во многих случаях для выполнения условий контракта не требуется физической передачи товара, а необходимо вручение покупателю всех предусмотренных в условиях сделки товарораспорядительных

			документов. Покупатель, имея эти документы, может распорядиться товаром до его получения, реализовать его против документов и тем самым ускорить оборот капитала. Типовые унифицированные формы и разработанные на их основе бланки внешнеторговых документов предусматривают возможность их заполнения и обработки, как традиционными способами, так и компьютерами. Никаких подчисток, помарок и исправлений на них делать не разрешается.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	34.Методы разработки рекламной информации для внешних рынков	Процесс осуществления рекламной деятельности на внешних рынках является частным случаем рассмотренного выше процесса продвижения товара. Он включает все те же основные этапы, только теперь они конкретизированы применительно к данному инструменту политики продвижения товара на внешних рынках - международной рекламе. Осуществление рекламной деятельности фирмы на внешних рынках предполагает участие сторонних предприятий и организаций и, в частности, рекламных агентств. 1) Выявление целевой аудитории: Осуществляя свою внешнеэкономическую деятельность и реализуя международный маркетинг, большинство фирм предпочитают проводить сегментирование внешних рынков и определять целевые сегменты. Определение целевых сегментов является исходным для позиционирования товара, что в свою очередь оказывает непосредственное влияние на содержание рекламных сообщений. Следовательно, рекламные сообщения на внешних рынках окажут более сильное влияние на потенциальных потребителей товара, если их содержание будет ориентировано на конкретную целевую аудиторию. Поэтому первым этапом осуществления международной рекламы и является выявление целевой аудитории.	
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	35.Понятие, сущность и задачи рекламы	Сущность рекламы заключается в том, что она передаёт накопленный, актуальный на данный момент многовековой опыт людей в виде моделей поведения. Реклама выступает здесь непосредственно как форма коммуникации, формируя у людей общественные установки, устои, привычки и даже мировоззрение, отношение к другим культурам. Задачи рекламы: Формирование у потребителей определенного уровня знаний о данном товаре, услуге. Формирование положительного имиджа	

			товара, фирмы. Формирование новых потребностей. Формирование побуждения потребителей обратиться к данной фирме. Формирование побуждения купить конкретный товар. Стимулирование сбыта товара. Ускорение товарооборота. Стремление сделать данного потребителя постоянным клиентом, покупателем.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	36.Социально-психологические основы рекламы		Социальная психология рекламы изучает воздействие и влияние рекламных сообщений на психику человека, побуждая его совершать определённые действия, а именно покупать рекламируемые товары и услуги. Основные модели в социальной психологии рекламы: Модель AIDA (внимание, интерес, желание и действие). Модель ACCA (интерес, понимание, убеждение и действие). Модель DIBABA (немецкая модель). Модель DAGMAR (определение рекламных целей — измерение рекламных результатов). Методы психологического воздействия рекламы на потребителя: Метод убеждения. Метод внушения. Метод гипноза. Психоаналитический метод. Метод нейролингвистического программирования. Метод лингвистического манипулирования.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	37.Виды рекламных средств и условия их размещения		Существует множество видов рекламных средств. Вот некоторые из них: Световой короб, световые буквы. Могут располагаться рядом со входом в магазин, офис, кафе или на стене торгового центра, на крыше здания. Штендер. Складной выносной щит, который утром помещают неподалёку от заведения, а вечером уносят обратно. Рекламный кронштейн. Крепится к столбам уличного освещения, стенам домов перпендикулярно движению пассажиров и транспорта. Витрина. Может быть закрытой, открытой или комбинированной. Транспарант, растяжка, перетяжка. Изготавливается при помощи полноцветной широкоформатной печати, которая наносится на виниловую пленку или баннерную ткань. Рекламный пилон, пиллар, роллер. Застеклённые коробки с внутренней подсветкой, внутри которых

			при помощи электродвигателя перемещаются несколько рекламных плакатов. Рекламная тумба. Может быть круглой или трёхсторонней. На неё наклеиваются бумажные плакаты или самоклеящиеся плёнки. Маркиз. Сборно-разборный навес, основная функция которого заключается в затенении террас, витрин, оконных проёмов, а также в их защите от ветра и осадков. В зависимости от функциональности все виды наружной рекламы можно разделить на следующие типы: Имиджевые. Объёмные буквы, креативные суперсайты, стильные витрины. Указательные. Штендеры, рекламные кронштейны, билборды и другие носители, которые размещаются неподалёку от заведения и помогают потенциальным клиентам отыскать его. Медийные. Стандартные конструкции, которые сообщают базовую информацию о компании широкому кругу людей, повышая узнаваемость бренда.
ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	38.Понятие и виды коммерческих рисков	Определение термина "Коммерческий риск". предпринимательский, хозяйственный риск, возникающий при проведении бизнес-операций, осуществлении сделок. Состоит в возможном снижении, потере доходов предприятия из-за действий, решений в условиях неопределённости, недостатка информации о состоянии рынка. Различают кредитный риск из-за неплатежеспособности покупателя, страховой риск из-за действий импортера при исполнении контракта. Важным моментом в управлении риском является его классификация. Классификация рисков позволяет: — увидеть факторы, формирующие конкретный вид риска, 11 — оценить влияние риска на деятельность организации, — определить значимость, роль и место каждого риска в их системе, — использовать полученные данные в процессе планирования деятельности организации, в том числе стратегического. Классификации рисков могут быть применены в системе автоматического проектирования мероприятий по снижению рисков. Это позволит учесть многосторонность влияния отдельного фактора риска на тот или иной проект. Набор подобных классификаций даст возможность описывать внешние связи и влияния риска	
ПК 1.3 ПК1.5	39.Методы снижения коммерческого риска	Предпринимательство – это рисковая деятельность. В Гражданском кодексе РФ четко	

	ПК 1.6		определено, что предприниматели реализовывают свою деятельность на свой риск. А одна статья указывает на проблему страхования предпринимательских и коммерческих рисков. Можно выделить три основных способа снижения риска: Отказ от риска (простое уклонение от мероприятия, связанного с риском, т.е. отказ от каких-либо операций/вложений, несущих в себе неприемлемый для организации риск, а значит и отказ от прибыли); Снижение риска (самострахование – резервирование, диверсификация, лимитирование, минимизация); Передача риска третьему лицу (страхование, хеджирование, распределение).
	ПК 1.3 ПК1.5 ПК 1.6	40.Эффективность коммерческой деятельности: основные понятия	Эффективность коммерческой деятельности характеризуется результативностью коммерческих операций и определяется как сумма доходов или прибыли, которые соотносятся с объёмом привлеченных ресурсов либо затрат. Для оценки эффективности коммерческой деятельности используются различные показатели, такие как: - экономические показатели (товарооборот, доходы, расходы, прибыль, заработная плата, финансовый результат и т.д.); - статистические показатели (темп роста и т.д.). Показатели эффективности коммерческой деятельности бывают: - интегральными, которые дают общую оценку результативности субъекта коммерческой деятельности за определённый период; - обобщающими, которые измеряют эффективность выполнения отдельных видов деятельности; - специфическими, которые используются для всесторонней оценки уровня и динамики эффективности отдельных коммерческих операций, расходов, мощностей, оборудования, видов материальных ресурсов и т.п.