

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
(АНО ВО «ИЭУ»)

Кафедра «Менеджмент»

Фонд оценочных средств по дисциплине

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
(ОРГАНИЗАЦИИ)**

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки - 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) – Экономика предприятий и организаций

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Фонд оценочных средств рассмотрен на заседании кафедры
«Менеджмент»

«17» января 2025 г., протокол № 17/01

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	6
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	15

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В соответствии с требованиями основной образовательной программы подготовки бакалавра в результате изучения дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» у студентов должны сформироваться следующие

профессиональные компетенции (ПК):

Способен рассчитывать, анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций в функционировании и развитии финансового сектора и хозяйствующих субъектов (ПК-3)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач коммерческого предприятия;
- принципы и способы организации управления коммерческой деятельностью;
- планирование и организацию коммерческой деятельности предприятия;
- технологию коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и розничной торговле;
- формирование товарного ассортимента и цен на товары и факторы, их обуславливающие;

уметь:

- определять объемы оптовых закупок и продаж товаров;
- определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества;
- проводить коммерческие переговоры, заключать договора купли-продажи;
- управлять товарными запасами;
- формировать оптимальный торговый ассортимент и применять методы ценообразования.

владеть навыками:

- изучения рынка товаров;
- планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Видами учебной деятельности, в рамках которых приобретаются знания, умения, навыки, являются лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Соотнесение планируемых результатов обучения с видами учебной деятельности и оценочными средствами при формировании компетенции

Критерии сформированности компетенции	Описание	Формы, методы, технологии
	Способен рассчитывать, анализировать и интерпретировать информацию, необходимую для выявления тенденций в функционировании и развитии финансового сектора и хозяйствующих субъектов (ПК-3)	

знать	структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач коммерческого предприятия;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	технологии коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и розничной торговле;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	формирование товарного ассортимента и цен на товары и факторы, их обуславливающие;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	принципы и способы организации управления коммерческой деятельностью	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	планирование и организацию коммерческой деятельности предприятия;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
уметь	управлять товарными запасами;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	проводить коммерческие переговоры, заключать договора купли-продажи;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	формировать оптимальный торговый ассортимент и применять методы ценообразования	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	определять объемы оптовых закупок и продаж товаров;	тестирование; контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
владеть навыками	планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия	контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене
	изучения рынка товаров	контрольная работа; подготовка реферата; ответ на экзамене

Критерии и показатели оценивания тестовых заданий:

Вид тестового задания	Критерий	Показатель
тестовые задания с выбором одного (нескольких) ответа (-ов) в закрытой форме	выбор одного (нескольких) правильного (-ых) ответа (-ов) из предложенных вариантов	количество правильных выборов
тестовые задания на установление соответствия в закрытой форме	установление соответствия для всех предложенных признаков	количество правильно установленных соответствий
тестовые задания на установление правильной последовательности в закрытой форме	установление правильной последовательности в полном объеме предложенных вариантов	количество правильно установленных последовательностей

Критерии и показатели оценивания реферата:

1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме доклада; б) соответствие содержания теме и плану; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

4. Умение выступать перед аудиторией: а) структура доклада, последовательность и логика изложения; б) скорость, громкость и четкость речи; в) использование невербальных средств концентрации внимания аудитории.

5. Соблюдение требований к оформлению презентации в Power Point: а) шрифт; б) цветовое оформление; в) содержание и оформление табличного и графического материала.

Критерии и показатели оценивания работы на практическом занятии:

- наличие полного и развернутого ответа на вопрос темы;
- демонстрация знаний ключевых понятий рассматриваемой проблемы;
- применение научной терминологии;
- грамотное оперирование полученными знаниями и навыками.

Критерии и показатели оценивания на экзамене

- содержательность и четкость ответа;
- владение материалом различной степени сложности;
- ориентирование в основных закономерностях функционирования объектов

профессиональной деятельности.

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Перечень вопросов к экзамену

1. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
2. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
3. Услуга как объект коммерческой деятельности.
4. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций, этапы ее проведения и содержание.
5. Прямые закупки товаров у производителей.
6. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.
7. Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.
8. Договорная работа с поставщиками и посредниками.
9. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке.
10. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных усилий.
11. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
12. Использование договоров купли-продажи: подготовка товара и отгрузке и документальной оформлению исполнения коммерческой сделки.
13. Планирование и организация снабжения и сбыта.
14. Основные этапы планирования сбыта.
15. Способы организации деятельности аппарата сбыта.
16. Организация оптовых закупок товаров.
17. Оптовая продажа товаров: методы, организация и эффективность.
18. Отдел оптовой продажи и его функции.
19. Структура торгового процесса и последовательность выполнения операций по доведению товара до потребителей.
20. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
21. Продажа товаров на оптовых рынках.
22. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
23. Торги как форма соревновательной торговли.
24. Сущность биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции.
25. Виды и цели биржевых сделок.
26. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующегося рынка.
27. Понятие ярмарок и торгово-промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Виды заключаемых сделок.
28. Значение ярмарок и выставок в осуществлении коммерческой работы предприятий.
29. Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности. Управление розничной торговли в России на территориальном уровне.
30. Меры по государственному регулированию и регламентации рыночной торговли и улучшению торгового обслуживания.
31. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли.
32. Организация электронной торговли.
33. Управление размерами товарных запасов. Процесс образования оптимальных

товарных запасов торгового предприятия.

34. Организационно-экономическая характеристика типов различных торговых предприятий по продаже продовольственных и непродовольственных товаров.
35. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
36. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
37. Организация доставки товаров в розничное торговое предприятие.
38. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.
39. Формирование товарного ассортимента и факторы, его обслуживающие.
40. Управление товарной номенклатурой и контроль за ассортиментом.
41. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.
42. Организация и технология розничной продажи товаров.
43. Формы и методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
44. Государственное регулирование в торговле.
45. Документальное оформление торговых операций.
46. Правила торговли на рынке потребительских товаров.
47. Товарооборот, цены и тарифы на рынке потребительских товаров.
48. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
49. Современные формы денежных расчетов при осуществлении торговых операций.
50. Лицензирование предпринимательской деятельности. Ее государственное регулирование и поддержка.
51. Регулирование торговой практики в области защиты прав потребителей.
52. Техническое регулирование в торговле. Сертификация продукции и услуг.
53. Правила продажи по образцам.
54. Правила продажи отдельных видов товаров.

Тестовые задания

Вопрос 1. Под «коммерцией» понимают:

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

Вопрос 2. Целью коммерческой стратегии является:

- a. определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;**
- b. определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;**
- c. разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;

- d. определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

Вопрос 3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

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

Вопрос 4. Что является объектом коммерческой деятельности?

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

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

- a. реальное воплощение товара;
- b. замысел товара;**
- c. дополнение к товару;
- d. доставка товара;
- e. использование товара.

Вопрос 6. К коммерческим организациям не относятся:

- a. хозяйственные товарищества и общества;
- b. производственные кооперативы;
- c. потребительские кооперативы;**
- d. государственные унитарные предприятия

Вопрос 7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- a. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- b. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;**
- c. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- d. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

Вопрос 8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- a. отдел координации закупок и продаж;
- b. отдел транспорта и таможенных операций;
- c. отдел маркетинга и цен;**
- d. отдел рекламы;
- e. отдел работы с посредниками;
- f. все вышеперечисленные варианты верны

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

- a. изучение рынков;
- b. изучение рынков поставщиков и потребителей;**
- c. разработка контрактов с определением цен

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

- a. в организации торгового обслуживания покупателей;
- b. в организации товаров;
- c. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;**
- d. в формировании ассортимента товаров.

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

- a. то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;**
- b. то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- c. то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- d. то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- e. то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

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

- a. розничная продажа;
- b. оптовая продажа;
- c. стимулирование сбыта;**
- d. сезонные скидки

Вопрос 13. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- a. коммерческим организациям;**
- b. некоммерческим организациям;

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

- a. скидки с цены;
- b. премии;**
- c. распространение купонов;
- d. бесплатные образцы товаров
- e. нет правильного ответа

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

- a. маркетинга;
- b. сбыта;
- c. услуг;
- d. кадров**

Вопрос 16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- a. цена и качество;**
- b. скидки и доступность информации;
- c. принадлежность к одной отрасли

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

- a. контакты с поставщиками;**
- b. технические справочники;
- c. опрос экспертов

Вопрос 18. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- a. производитель – потребитель;
- b. производитель – посредник – потребитель;
- c. производитель – оптовый торговец – розница – потребитель**

Вопрос 19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- a. разработка каталогов и прейскурантов;
- b. доставка товара к месту продажи;**
- c. распаковка и расконсервация;
- d. подготовка товара к продаже;

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

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

Вопрос 21. Торговый ассортимент представляет собой:

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

Вопрос 22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- a. ассортимент товаров; величина предприятия;
- b. способ продаж; объем услуг;
- c. расположение; организационно правовая форма;

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

Вопрос 23. Что такое «широта» ассортимента?

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

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

- a. внутриотраслевые;
- b. межотраслевые;
- c. **прямые;**
- d. опосредованные;
- e. длительные

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

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

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

- a. **игры;**
- b. премии лучшим торговым работникам;
- c. проведение конференций продавцов;
- d. моральные поощрения

Вопрос 27. Какой вид сервиса не существует?

- a. предпродажный;
- b. послепродажный;
- c. **внутрипродажный;**
- d. все вышеперечисленные варианты верны

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

- a. материально-техническое обеспечение;
- b. производственные;

- с. финансовые;
- д. информационные;
- е. материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.**

Вопрос 29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

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

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

- а. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);**
- б. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- с. личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- д. наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- е. деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

Вопросы контрольной работы

1. Сформулировать понятие и назначение закупочной коммерческой деятельности.
2. Назвать основные условия поставки материальных ресурсов.
3. Охарактеризовать приемку продукции по критерию качества.
4. Охарактеризовать приемку продукции по критерию количества.
5. Определить ответственность предприятий-поставщиков при нарушении ими обязательств по контрактам.
6. Каковы цели и задачи закупок на предприятии?
7. В чем заключается содержание деятельности по закупкам?
8. Охарактеризуйте сущность планирования материального обеспечения предприятия.
9. Каков порядок разработки плана снабжения?
10. Какие бывают виды закупок?
11. Каковы критерии выбора поставщика?
12. Как производится выбор формы поставок?

Темы рефератов

1. Комплексное изучение рынка – основа коммерческой деятельности
2. Содержание и основные элементы коммерческой работы торгового предприятия и их взаимосвязь
3. Состояние рынка товаров и услуг в Республике Беларусь и факторы, влияющие на него

4. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг, ее задачи и пути совершенствования
5. Субъекты коммерческих правоотношений и выбор партнеров по установлению хозяйственных связей
6. Коммерческие работники и требования, предъявляемые к ним
7. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
8. Коммерческая тайна и ее защита
9. Коммерческая деятельность по изучению покупательского спроса и пути ее совершенствования
10. Коммерческая деятельность по определению потребности в товарах торгового предприятия
11. Коммерческая деятельность по формированию товарных ресурсов на предприятии (на примере товарной группы)
12. Неудовлетворенный и формирующийся спрос населения и методы его изучения
13. Коммерческая деятельность по изучению покупательского спроса в оптовой торговле
14. Конъюнктура рынка: задачи и цели ее изучения
15. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров и пути ее совершенствования
16. Ассортиментная политика торгового предприятия как система мер по формированию конкурентоспособной модели
17. Коммерческая деятельность предприятия общественного питания и ее эффективность
18. Коммерческая деятельность по формированию ассортимента товаров в предприятии оптовой торговли и пути ее совершенствования
19. Коммерческая деятельность по формированию ассортимента товаров в предприятии розничной торговли и пути ее совершенствования
20. Коммерческая деятельность по формированию ассортимента товаров в магазине по потребительским комплексам и пути ее совершенствования
21. Коммерческая деятельность по управлению товарными запасами и пути ее совершенствования
22. Товарные запасы и их роль в обеспечении бесперебойного торгового процесса
23. Коммерческая деятельность по организации хозяйственных связей с поставщиками товаров и пути ее совершенствования
24. Коммерческая деятельность по закупке товаров на оптовых ярмарках и пути ее совершенствования
25. Договорная работа по закупке товаров и ее совершенствование
26. Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров народного потребления и его роль в их совершенствовании
27. Хозяйственные связи по поставкам товаров для государственных нужд
28. Биржевая торговля и направления повышения ее эффективности
29. Поставщики товаров на рынке и выбор источников оптовых закупок
30. Аукционная торговля и пути ее совершенствования
31. Коммерческая деятельность торгового (коммерческого, автосервиса) предприятия и пути ее совершенствования.
32. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров и пути ее совершенствования
33. Коммерческая деятельность по сбыту и пути ее активизации (на примере производственного предприятия)

34. Коммерческая деятельность в оптовой торговле и основные направления повышения ее эффективности
35. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров со складов оптовых предприятий и повышение ее эффективности
36. Коммерческая деятельность по оказанию услуг и стимулированию оптовых продаж
37. Реклама в коммерческой деятельности и пути ее совершенствования
38. Коммерческая деятельность в розничной торговле и повышение ее эффективности
39. Коммерческая деятельность совместного предприятия и основные направления ее совершенствования
40. Внутримагазинная реклама и ее роль в активизации продаж
41. Правовое регулирование рекламной деятельности предприятий торговли и его роль в ее совершенствовании
42. Торговые витрины, их цели и задачи в современных условиях
43. Рекламно-информационная деятельность и повышение ее эффективности
44. Коммерческая деятельность по организации розничной продажи товаров и ее стимулированию
45. Фирменная торговля и пути ее совершенствования
46. Коммерческая деятельность предпринимательской торговой структуры и пути ее совершенствования
47. Системы обслуживания и методы розничной продажи товаров в современных условиях
48. Коммерческая деятельность по стимулированию продаж товаров в магазине
49. Электронная торговля и перспективы ее развития
50. Коммерческая деятельность в торговом предприятии и основные показатели, характеризующие ее эффективность
51. Лизинг и его роль в развитии торговой деятельности.
52. Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства
53. Совершенствование работы коммерческой службы торгового предприятия
54. Культура торговли и ее роль в активизации продажи товаров
55. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торгового предприятия
56. Коммерческая деятельность по организации товароснабжения торгового предприятия и пути ее совершенствования
57. Коммерческая деятельность оптового (розничного) торгового предприятия в современных условиях
58. Коммерческая деятельность по выбору сегмента рынка и определению его привлекательности
59. Активизация коммерческой деятельности в оптовой (розничной) торговле в условиях конкуренции
60. Коммерческая работа по доведению товаров на рынок (на примере одной товарной группы) и основные направления ее совершенствования
61. Активные формы продажи товаров и их роль в торговом обслуживании населения
62. Пути повышения культуры обслуживания и роль продавцов в этом процессе

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий.

Результаты текущего контроля успеваемости используются преподавателем при оценке знаний в ходе проведения промежуточной аттестации.

В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт экономики и управления» результаты текущего контроля успеваемости студента оцениваются преподавателем в размере до 70 баллов.

Оценка текущего контроля успеваемости

№ п/п	Вид контроля	Количество баллов
1.	Контактная работа	до 30
2.	Контроль самостоятельной работы	до 20
3.	Самостоятельная работа студентов	до 20

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме экзамена.

В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт экономики и управления» результаты промежуточной аттестации оцениваются преподавателем в размере до 30 баллов.

Итоговый результат промежуточной аттестации оценивается преподавателем в размере до 100 баллов, в том числе:

70 баллов – как результат текущей аттестации;

30 баллов – как результат промежуточной аттестации.

Знания, умения и навыки студентов определяются следующими оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Соответствие баллов традиционной системе оценки при проведении промежуточной аттестации представлено в таблице.

Итоговая оценка промежуточной аттестации

№ п/п	Оценки	Количество баллов
Экзамен		
1.	Отлично	81 – 100
2.	Хорошо	61 – 80
3.	Удовлетворительно	41 – 60
4.	Неудовлетворительно	менее 41

Критерии оценивания компетенций формируются на основе балльно-рейтинговой системы с помощью всего комплекса методических материалов, определяющих процедуры

оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих данный этап формирования компетенций.

Оценка «отлично» предполагает наличие глубоких исчерпывающих знаний по всему курсу. Студент должен не только понимать сущность исследуемых понятий, но выстраивать взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений. В процессе семинарских занятий и экзамена, должны быть даны логически связанные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все поставленные вопросы. При этом студент должен активно использовать в ответах на вопросы материалы рекомендованной литературы.

Оценка «хорошо» свидетельствует о твердых и достаточно полных знаниях всего материала курса, понимание сути и взаимосвязей между рассматриваемых процессов и явлений. Последовательные, правильные, конкретные ответы на основные вопросы. Использование в ответах отдельных материалов рекомендованной литературы.

Оценка «удовлетворительно» - знание и понимание основных вопросов программы. Правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на основную часть вопросов экзамена. Наличие отдельных ошибок в обосновании ответов. Некоторое использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной литературы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.