

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске
Колледж ИСТиД (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель ПЦК

«__» _____ 201_ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

По дисциплине	Организация	коммерческой
	деятельности	
Специальность	38.02.04	
Форма обучения	очная	
Учебный план	2019	
Объем занятий: Итого	230 ч.	
В т.ч. аудиторных	160 ч.	
Лекций	80 ч.	
Практических занятий	80 ч.	
Самостоятельной работы	70 ч.	
Экзамен 4 семестр	ч.	

Дата разработки: « »

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске
Колледж ИСТиД (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель ПЦК

«__» _____ 201_ г.

**Вопросы для собеседования
по дисциплине «Организация коммерческой деятельности»**

Тема 1.

Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности.

Классификация хозяйствующих субъектов.

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

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

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

Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

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

Тема 4. Планирование снабжения.

1. Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами.

2. Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов.
3. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.

Тема 5. Планирование сбыта.

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

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

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

Тема 7. Стимулирование сбыта.

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

Тема 8. Особенности формирования ассортимента.

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

Тема 9 Особенности коммерческой работы на розничном торговом предприятии.

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

Тема 10. Особенности организации товародвижения и продажи товаров.

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

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

1. Сущность сервиса в системе коммерческо-сбытовой деятельности.
2. Основные принципы и задачи организации сервиса на предприятиях розничных сфер деятельности.

Тема 12. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий.

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

Тема 13. Коммерческие инновации.

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

Тема 14. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.

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

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

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

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

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

Тема 17. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле.

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

Тема 18. Коммерческие связи в оптовой торговле.

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

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

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

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

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

Тема 21. Организация процессов товародвижения в оптовой торговле

1. Организация товародвижения в оптовой торговле, ее особенности, принципы, формы и каналы товародвижения.
2. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения. Доставка, приемка и хранение товаров на складе.
3. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе.

Тема 22. Организация безопасности оптового торгового предприятия.

1. План обеспечения безопасности.
2. Организация системы контроля за доставкой и сохранностью товаров.

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

1. Факторы, влияющие на цены при закупке и продаже товаров.
2. Критическая точка цены и ее определение.
3. Калькуляция цены на реализуемые товары.

Тема 24. Результаты коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.

1. Определение затрат, связанных с куплей и продажей товаров.
2. Затраты, связанные с коммерческими и производственными процессами оптового предприятия и критерии их оценки.
3. Влияние затрат на прибыль предприятия.

Тема 25. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

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

Тема 26. Исследование рынка потребительских товаров.

1. Анализ рынка потребительских товаров.
2. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости.
3. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на коммерческую деятельность в торговле.

Тема 27. Организация розничной торговой сети.

1. Классификация розничной торговой сети, показатели структуризации, методы размещения.
2. Основные направления развития.
3. Организационно-экономические характеристики типов различных торговых предприятий.

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

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

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

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

Тема 30. Ассортиментная политика розничных торговых предприятий.

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

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

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

Тема 32. Организация торгового процесса на розничном предприятии.

1. Организация торгового процесса.
2. Торгово-коммерческий процесс в розничном торговом предприятии.
3. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Тема 33. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

1. Основные экономические показатели розничного торгового предприятия: товарооборот; валовый доход; торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом; прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров.
2. Удельные показатели эффективности торгового предприятия: доля оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработанная плата, приходящиеся на одного работающего.

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

1. Виды торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы Российской Федерации.

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

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

Тема 36. Основные элементы инфраструктуры рынка.

1. Сущность, основные элементы и функции инфраструктуры рынка.
2. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка: биржи, банки, брокерские фирмы, страховые, консалтинговые, аудиторные компании.
3. Понятие и сущность коммерческой работы.

Тема 37. Формирование инфраструктуры лизингового рынка РФ.

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

Тема 38. Организация коммерческой деятельности банков.

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

Тема 39. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

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

Тема 40. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия.

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

1. Критерии оценивания компетенций

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

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

Отметка "удовлетворительно" выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками

анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

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

Составитель Н.Н.Догаева

« ____ » _____ 20 ____ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Колледж ИСТиД (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель ПЦК

« ____ » _____ 201__ г.

**Перечень дискуссионных тем для круглого стола
по дисциплине «Организация коммерческой деятельности»**

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

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

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 7. Стимулирование сбыта.

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

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 14. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.

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

Вопросы для обсуждения:

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

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

5. Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия.
6. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.
7. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития.

8. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?
2. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.
3. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации в оптовой торговле. Дайте характеристику складскому хозяйству в оптовой торговле.

Тема 17. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле.

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

Вопросы для обсуждения:

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

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

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

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 25. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

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

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 30. Ассортиментная политика розничных торговых предприятий.

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

Вопросы для обсуждения:

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

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

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

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибьюторов и дилеров.
2. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм продаж товаров?
3. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?
4. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.

5. Каковы особенности развития коммерческой деятельности торговых-посреднических фирм в России и зарубежных странах?
6. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
7. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.
8. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях? Изложите сущность аукционной торговли товарами.
9. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

Тема 39. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

1. Сущность и понятие страхования.
2. Государственное регулирование страхования.
3. Страхование предпринимательских рисков, коммерческих рисков.
4. Принципы и организация страхования экспортных рисков.
5. Страхование банковских рисков.
6. Порядок заключения и прекращения договора страхования.
7. Страховой маркетинг.

Вопросы для обсуждения:

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

Критерии оценивания компетенций

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

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

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

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

Составитель Н.Н. Догаева

« ____ » _____ 20 ____ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Колледж ИСТиД (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель ПЦК

« ____ » _____ 201_ г.

Контрольные срезы

по дисциплине «Организация коммерческой деятельности»

Контрольный срез № 1 20__-20__ уч. год

1 вариант

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

2 Вариант

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

Контрольный срез № 2 20__-20__ уч. год

1 вариант

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

2 вариант

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

Критерии оценивания компетенций

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

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

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

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

Составитель Н.Н. Догаева

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Колледж ИСТиД (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель ПЦК

«__» _____ 201__ г.

**Вопросы к экзамену
по дисциплине «Организация коммерческой деятельности»**

1. Основная классификация хозяйственных организаций (предприятий).
2. Типология организаций как юридических лиц.
3. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.
4. Основные единичные и групповые организационные формы компаний.
5. Особенности функционирования факторинговых и инжиниринговых компаний.
6. Цели, функции и задачи коммерческой службы хозяйственного предприятия.
7. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой.
8. Методология управления коммерческой деятельностью.
9. Процесс управления коммерческой деятельностью.
10. Структура управления коммерческой деятельностью.
11. Техника и технология управления коммерческой деятельностью.
12. Информация как предмет коммерческого распространения.
13. Технология и индустрия коммерческого распространения информации.
14. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.
15. Сущность планирования и обеспечения материальными ресурсами хозяйственного предприятия.
16. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов.
17. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.
18. Основные этапы планирования сбыта товаров предприятием в новых условиях хозяйствования.
19. Определение внешних и внутренних факторов для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке.
20. Подбор внешней и внутренней информации для планирования сбыта товаров на отраслевом рынке.
21. Анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана с целью планирования сбыта.
22. Составляющие плана сбыта: цели и задачи сбыта, стратегия и тактика сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению, методы проверки плана сбыта.
23. Организационная структура и функции отделов снабжения предприятий.
24. Способы организации деятельности аппарата сбыта.
25. Регламентация организационных отношений в организационных структурах коммерческой деятельности предприятия.

26. Стимулирование сбыта как один из прогрессивных приемов, направленный на достижение коммерческого успеха.
27. Особенности стимулирования сбыта товаров народного потребления (или производственного назначения).
28. Выбор форм и методов стимулирования сбыта товаров в условиях рынка.
29. Искусство коммерции и сбыта, их эволюционное развитие.
30. Развитие основных организационно-правовых форм предприятий на рынке товаров и услуг.
31. Структура и составные части коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
32. Планирование и организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
33. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового предприятия. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
34. Стратегия и политика ценообразования товаров в оптовом предприятии.
35. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
36. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
37. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
38. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров оптовым предприятием.
39. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
40. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия в сфере закупок.
41. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовым предприятием.
42. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.
43. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров в оптовом торговом предприятии с использованием инструментов маркетинга.
44. Продажа товаров со склада оптового торгового предприятия: методы, организация и эффективность.
45. Отдел продажи оптового торгового предприятия и его функции.
46. Организация доставки товаров от поставщиков на склады оптовых предприятий.

47. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение оптовым торговым предприятием.
48. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.
49. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе оптового предприятия.
50. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе оптового предприятия.
51. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии.
52. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей оптового торгового предприятия.
53. Показатели эффективности коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.
54. Затраты, связанные с коммерческим и производственными процессами оптовых предприятий, критерии их оценки.
55. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
56. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
57. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.
58. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.
59. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.
60. Исследование и анализ рынка потребительских товаров как основа развития коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
61. Конъюнктура рынка потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельность в розничной торговле.
62. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.
63. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.
64. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.
65. Предпосылки и надежность хозяйственных связей розничных торговых предприятий с поставщиками потребительских товаров.

66. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.
67. Формирование вертикальных и горизонтальных связей розничных торговых предприятий с субъектами потребительского рынка.
68. Организационная структура управления розничного торгового предприятия как основополагающая в осуществлении коммерческой деятельности.
69. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью в розничной торговле.
70. Формирование ассортимента потребительских товаров: понятие, факторы и этапы.
71. Организация закупочной деятельности в розничном торговом предприятии.
72. Товароснабжение как основа осуществления торгового процесса в розничном торговом предприятии: функции, элементы, их издержки.
73. Понятие, содержание и результативность торгового процесса в розничном торговом предприятии.
74. Задачи и коммерческие функции приемки товаров в розничном торговом предприятии.
75. Задачи и коммерческие функции в процессе складирования, хранения и подготовки товаров к продаже в розничном торговом предприятии.
76. Понятие продажи товаров в розничном торговом предприятии как коммерческой сделки.
77. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.
78. Психология и этика торгового персонала при обслуживании покупателей.
79. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.
80. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
81. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
82. Особенности организации и управления коммерческой деятельности оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы РФ.
83. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах и в торговых домах.
84. Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках.

85. Техника и технология организации и управления коммерческой деятельностью на аукционах.
86. Торги как форма соревновательной торговли на рынке товаров (работ, услуг).
87. Формирование и развитие производственного ассортимента товаров в хозяйственном предприятии.
88. Технология планирования производственного ассортимента в хозяйственном предприятии.
89. Организация закупок товаров предприятием в новых условиях хозяйствования.
90. Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятий, основные принципы их проведения, планирование поступления и закупки товара.

Критерии оценивания компетенций

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

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

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

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не

выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Составитель _____ Н.Н. Догаева

« ____ » _____ 20 г.