

ФГБОУ ВО Университет биотехнологий  
Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № УССМ 03-49 0,017  
«20» 01 2026 г.

**УТВЕРЖДЕН**  
на заседании кафедры  
Протокол от «16» 01 2026 г. № 8  
Заведующий кафедрой управления и  
отраслевой экономики  
Н.А. Щербакова  
(подпись) Н.А. Щербакова

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Б1.В.20 Коммерческая деятельность  
Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент  
Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг  
Направленность (профиль)

## Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочных средств
1	Понятие коммерческой деятельности, ее сущность и сферы применения	ПК-4	Вопросы для обсуждения, доклад, тест
2	Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их характеристика	ПК-4	Вопросы для обсуждения, доклад, тест
3	Виды коммерческой деятельности и их особенности	ПК-4	Вопросы для обсуждения, тест
4	Внутрифирменное планирование и прогноз коммерческой деятельности	ПК-4	Вопросы для обсуждения, тест
5	Управление коммерческой деятельностью	ПК-4	Вопросы для обсуждения, доклад, тест
6	Товарное обеспечение коммерческой деятельности	ПК-4	Вопросы для обсуждения, доклад, тест
7	Анализ и оценка коммерческой деятельности.	ПК-4	Вопросы для обсуждения, тест
8	Инновации в сфере коммерции	ПК-4	Вопросы для обсуждения, тест
	Контрольная работа, зачет	ПК-4	Темы контрольной работы, вопросы к зачету

## ВВЕДЕНИЕ

Разработанный фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Коммерческая деятельность» представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (КИМ), предназначенных для измерения уровня достижения студентом необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

В ФОС входят оценочные средства текущего контроля успеваемости и оценочные средства промежуточной аттестации студентов, соответствующие требованиям рабочей программы реализуемой учебной дисциплины на каждом этапе обучения.

### 1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

#### Тема 1. Понятие коммерческой деятельности, ее сущность и сферы применения

##### Вопросы для обсуждения

1. Основные понятия: предпринимательская, коммерческая, торгово-сбытовая деятельность, бизнес, их общность и различия.
2. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности: определение товарного рынка.
3. Факторы его развития товарного рынка, признаки и элементы.
4. Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.
5. Прогнозирование спроса потребителей.
6. Анализ зоны обслуживания потребителей.
7. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки. Особенности коммерческой деятельности в сферах обслуживания. Инфраструктура рынка товаров и услуг

##### Темы докладов

1. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики.
2. Цели, задачи и принципы коммерческой деятельности в сфере обращения товаров в современных условиях хозяйствования.
3. Эволюция коммерции в России и за рубежом.
4. Состояние и тенденции развития торговли в условиях глобализации.

##### Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и выступлению с докладом: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём,

даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Доклад может быть зачтен и в том случае, когда основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержановремя; на дополнительные вопросы при докладе даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## **Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их характеристика**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Объекты коммерческой деятельности: понятие, назначение, классификация. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
2. Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг – материальные и нематериальные.
3. Назначение услуг, их влияние на уровень доходов организации.
4. Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица – коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица - индивидуальные предприниматели.

### **Темы докладов**

1. Коммерческие организации, понятие, классификация по виду хозяйственной деятельности.
2. Коммерческие организации, классификация по характеру совершаемых операций.
3. Коммерческие организации, классификация по организационно-правовым формам.
4. Коммерческие организации, классификация по количественным параметрам.
5. Объединения саморегулируемых организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в поддержке предпринимательства.
6. Субъекты среднего и малого предпринимательства, индивидуальные предприниматели, понятия, характеристика.
7. Субъекты среднего и малого предпринимательства, индивидуальные предприниматели, порядок оформления и регистрации документации для ведения предпринимательской деятельности.

### **Критерии оценки:**

– оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и выступлению с докладом: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Доклад может быть зачтен и в том случае, когда основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержановремя; на дополнительные вопросы при докладе даны неполные ответы;

– оценка «не зачтено» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## **Тема 3. Виды коммерческой деятельности и их особенности**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Основные виды коммерческой деятельности;
2. Организационно-коммерческая деятельность и ее особенности
3. Товароведно-экспертная деятельность и ее особенности
4. Маркетинговая деятельность и ее особенности
5. Торгово-экономическая деятельность и ее особенности
6. Аналитическая деятельность и ее особенности
7. Торгово-закупочная деятельность и ее особенности
8. Внешнеторговая деятельность и ее особенности
9. Разновидности коммерческой деятельности.

### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и выступлению с докладом: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Доклад может быть зачтен и в том случае, когда основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержановремя; на дополнительные вопросы при докладе даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## **Тема 4. Внутрифирменное планирование и прогноз коммерческой деятельности**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Сущность внутрифирменного планирования.
2. Роль внутрифирменного планирования.
3. Стратегическое планирование как часть единой системы внутрифирменного планирования
4. Прогноз коммерческой деятельности.

### **Темы докладов**

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации
2. Материально-техническая база для коммерческой деятельности организации

### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и выступлению с докладом: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью,

выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Доклад может быть зачтен и в том случае, когда основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержановремя; на дополнительные вопросы при докладе даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## **Тема 5. Управление коммерческой деятельностью.**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Управление коммерческой деятельностью организации: понятие, цель, задачи.
2. Принципы коммерческой деятельности организации
3. Методы управления коммерческой деятельностью организации.
4. Функции коммерческой деятельности: планирование закупок, поставок, продажи товаров и предоставления услуг на предприятиях, их организация, учет и контроль.
5. Структура управления коммерческой деятельностью предприятий.
6. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб.

### **Темы докладов**

1. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности
2. Договоры в коммерческой деятельности предприятий

#### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и выступлению с докладом: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Доклад может быть зачтен и в том случае, когда основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержановремя; на дополнительные вопросы при докладе даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## **Тема 6. Товарное обеспечение коммерческой деятельности**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Управление ассортиментом товаров: понятие, свойства и показатели ассортимента, учитываемые при управлении.
2. Планирование, формирование и анализ.

3. Прогнозирование оптимальной структуры ассортимента.
4. Методы управления ассортиментом товаров.
5. Закупки товаров, их назначение.
6. Планирование объемов закупок товаров
7. Организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия. Выбор источников закупок.
8. Анализ и оценка возможностей поставщиков.
9. Документальное оформление закупок товаров.
10. Организация товародвижения

**Критерии оценки:**

Отметка «зачтено» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопрос, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтено» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

## **Тема 7. Анализ и оценка коммерческой деятельности**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Анализ и оценка коммерческой деятельности: назначение
2. Понятие экономического эффекта
3. Понятие экономической эффективности.
4. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности организаций.

**Критерии оценки:**

Отметка «зачтено» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопрос, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтено» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

## **Тема 8. Инновации в сфере коммерции**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Инновации: понятие и классификация.
2. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий.
3. Основные направления инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции.

**Критерии оценки:**

Отметка «зачтено» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопрос, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтено» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

## Итоговый тест

1. Где содержится определение коммерческой (торговой) деятельности?
  - а) в Уголовном кодексе РФ;
  - б) в Гражданском кодексе РФ;+
  - в) в Трудовом кодексе РФ;
  - г) в Налоговом кодексе РФ.
  
2. Что такое Российское коммерческое право?
  - а) один из элементов российской правовой системы;
  - б) совокупность правовых норм, регулирующих правила торговли;
  - в) относительно самостоятельное подразделение системы российского права, состоящее из правовых норм и институтов, регулирующих качественно специфический вид общественных отношений;+
  - г) совокупность обычаев делового оборота.
  
3. Предмет коммерческого права:
  - а) управленческие отношения;
  - б) отношения, возникающие в сфере товарного обращения;+
  - в) отношения, возникающие в сфере административного права;
  - г) управленческие отношения и отношения, возникающие в сфере товарного обращения и административного права.
  
4. Что является целью коммерческой деятельности?
  - а) извлечение прибыли посредством систематического отчуждения товаров;+
  - б) просто систематическое отчуждение товаров;
  - в) безвозмездная передача товаров третьим лицам.
  - г) получение прибыли.
  
5. Что такое торговый обычай?
  - а) правило применяемое по соглашению сторон;
  - б) правило применяемое при наличии разногласий между сторонами;
  - в) правило, сложившееся в сфере торговли на основе постоянного и единообразного повторения конкретных фактических отношений;+
  - г) правило применяемое одной из сторон.
  
6. Что такое субъект коммерческой деятельности?
  - а) несовершеннолетние;
  - б) специалист, работающий в области юриспруденции;
  - в) юридические лица или индивидуальные предприниматели, занимающиеся торгово-предпринимательской деятельностью и зарегистрированные в установленном законом порядке;+
  - г) экономист.

7. Что из ответов является специальными субъектами товарного рынка?
- а) оптовые продовольственные рынки, торгово-промышленные выставки;
  - б) торгово-промышленные выставки;
  - в) только торгово-промышленные палаты, оптовые продовольственные рынки;
  - г) оптовые продовольственные рынки, торгово-промышленные выставки, только торгово-промышленные палаты. +
8. Что относится к коммерческим организациям?
- а) общественная организация;
  - б) благотворительный фонд;
  - в) общество с ограниченной ответственностью; +
  - г) общественный фонд.
9. В какой момент гражданин признается предпринимателем?
- а) подачи заявления о регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя;
  - б) государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя; +
  - в) достижения полной дееспособности;
  - г) осуществления предпринимательской деятельности.
10. Что является объектом торгового оборота?
- а) личные права и обязанности;
  - б) личный капитал;
  - в) товарораспорядительные документы; +
  - г) личные свободы.
11. Основная цель деятельности некоммерческой организации:
- а) получение прибыли;
  - б) получение прибыли не является основной целью; +
  - в) получение гарантий;
  - г) получение товара.
12. Основные формы образования юридических лиц как субъектов коммерческой деятельности:
- а) хозяйственные товарищества и общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия;
  - б) только государственные и муниципальные унитарные предприятия;
  - в) общество с ограниченной ответственностью;
  - г) хозяйственные товарищества и общества, общество с ограниченной ответственностью, государственные и муниципальные унитарные предприятия. +
13. Что значит право владения?
- а) возможность иметь у себя данное имущество;

- б) содержать его в своем хозяйстве;
- в) фактически обладать им;
- г) владение, пользование и распоряжение имуществом.+

14. На что подразделяются средства защиты права собственности?

- а) вещно-правовые средства;
- б) обязательственно-правовые;
- в) средства, направленные на защиту интересов собственника при прекращении права собственности по основаниям, предусмотренным в законе;
- г) вещно-правовые, обязательственно-правовые и средства предусмотренные в законе.+

15. Основной признак коммерческого договора:

- а) возмездность;
- б) заключается субъектами торговых отношений;
- в) спорные ситуации разрешаются арбитражным судом.
- г) возмездность, субъектность, разрешение споров арбитражным судом.+

16. Что принято понимать под «коммерцией»?

- а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;+
- б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

17. Что будет целью коммерческой стратегии?

- а) определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;+
- б) определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;+
- в) разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- г) определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

18. Отметьте основные моменты, с которыми связана организация коммерческих процессов:
- а) с куплей товаров и/или услуг;
  - б) с продажей товаров и/или услуг;
  - в) с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
  - г) с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
  - д) с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций. +
19. Объект коммерческой деятельности:
- а) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
  - б) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
  - в) реклама; представительские услуги;
  - г) аудит; консалтинг;
  - д) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг+
20. Название основного потребительского предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность:
- а) реальное воплощение товара;
  - б) замысел товара;+
  - в) дополнение к товару;
  - г) доставка товара;
  - д) использование товара.
21. Что не является коммерческой организацией:
- а) хозяйственные товарищества и общества;
  - б) производственные кооперативы;
  - в) потребительские кооперативы;+
  - г) государственные унитарные предприятия
22. Отметьте функции, которые выполняет коммерческая информация:
- а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
  - б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;+
  - в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;

г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

23. Что включает в себя коммерческая служба промышленного предприятия?

- а) отдел координации закупок и продаж;
- б) отдел транспорта и таможенных операций;
- в) отдел маркетинга и цен;+
- г) отдел рекламы;
- д) отдел работы с посредниками;
- е) все вышеперечисленные варианты верны

24. Что включают в себя обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий?

- а) изучение рынков;
- б) изучение рынков поставщиков и потребителей;+
- в) разработка контрактов с определением цен

25. Отметьте основную цель работы розничных торговых предприятий:

- а) в организации торгового обслуживания покупателей;
- б) в организации товаров;
- в) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;+
- г) в формировании ассортимента товаров.

26. Какой смысл содержит данное высказывание?

«Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»

- а) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;+
- б) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- в) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
- г) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- д) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

27. Название системы побудительных мер и приемов, которые носят, чаще всего, кратковременный характер, и направлена на поощрение покупки или продажи товара:

- а) розничная продажа;
- б) оптовая продажа;

- в) стимулирование сбыта;+
- г) сезонные скидки

28. Что НЕ относится к мероприятиям по стимулированию сбыта, которые направлены на потребителя?

- а) скидки с цены;
- б) премии;+
- в) распространение купонов;
- г) бесплатные образцы товаров
- д) нет правильного ответа

29. Укажите отдел предприятия, не относящийся к коммерческой службе:

- а) маркетинга;
- б) сбыта;
- в) услуг;
- г) кадров+

30. Отметьте определяющие критерии при выборе поставщика:

- а) цена и качество;
- б) скидки и доступность информации;
- в) принадлежность к одной отрасли

31. Отметьте то, что не относится к предпродажному обслуживанию:

- а) разработка каталогов и прейскурантов;
- б) доставка товара к месту продажи;+
- в) распаковка и расконсервация;
- г) подготовка товара к продаже;

32. Что входит в коммерческую работу по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- а) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- б) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;+
- в) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- г) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

33. «Широта» ассортимента – ....

- а) количество товарных единиц в товарной группе;
- б) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- в) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии

разработанному ассортиментному перечню;  
г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень. +

34. Отметьте несуществующий вид сервиса:

- а) предпродажный;
- б) послепродажный;
- в) внутрипродажный; +
- г) все вышеперечисленные варианты верны

**Критерии оценки результатов:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

### Вопросы к зачету

1. Понятие и роль коммерческой деятельности
2. Основные понятия: предпринимательская, коммерческая, торгово-сбытовая деятельность, бизнес, их общность и различия
3. Рынок товаров и услуг и факторы, влияющие на его состояние
4. Задачи коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг
5. Характеристика субъектов коммерческих правоотношений
6. Требования, предъявляемые к коммерческим работникам
7. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
8. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки.
9. Коммерческая тайна и ее защита
10. Особенности коммерческой деятельности в сферах обслуживания.
11. Инфраструктура рынка товаров и услуг.
12. Объекты коммерческой деятельности: понятие, назначение, классификация.
13. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
14. Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг – материальные и нематериальные.
15. Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица – коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица – индивидуальные предприниматели.
16. Основные виды коммерческой деятельности
17. Понятие, сущность ассортиментной политики торгового предприятия.
18. Сущность и роль внутрифирменного планирования
19. Формирование ассортимента товаров в предприятиях оптовой торговли
20. Стратегическое планирование как часть единой системы внутрифирменного планирования
21. Управление коммерческой деятельностью организации
22. Функции коммерческой деятельности
23. Структура управления коммерческой деятельностью предприятий.
24. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб.
25. Управление ассортиментом товаров
26. Прогнозирование оптимальной структуры ассортимента
27. Выбор источников закупок
28. Документальное оформление закупок товаров
29. Анализ и оценка коммерческой деятельности
30. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности организаций.

31. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий.
32. Основные направления инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции.

**Критерии оценки:**

Отметка «зачтено» – выставляется обучающемуся, если он ответил содержательно и аргументированно на вопросы, выносимые на зачет, допускается незначительное нарушение логики изложения материала.

Отметка «незачтено» – выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, дает неправильные ответы на дополнительные вопросы.

**Примерные темы контрольной работы**

1. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
2. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на потребительском рынке.
3. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на потребительском рынке товаров и услуг.
5. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами потребительского рынка, на результативности торгового предприятия.
6. Риск в торговле потребительскими товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
7. Характеристика и оценка товара как субъекта коммерческой деятельности на потребительском рынке.
8. Услуги на потребительском рынке в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
9. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями на потребительском рынке.
10. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
11. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
12. Прогнозная оценка спроса на рынке товаров.
13. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
14. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
15. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
16. Организация и управление процессами товародвижения на потребительском рынке.
17. Организация и управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.

18. Сервисное обслуживание в торговле.
19. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
20. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
21. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
22. Оптовая торговля в системе потребительского рынка и развитие ее организационных форм.
23. Организация торговли потребительскими товарами на аукционах.
24. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
25. Особенности торговли научно-технической продукцией на российском рынке по лицензионным договорам.
26. Организация выставочного дела на потребительском рынке России.
27. Образование и развитие рынка лизинга в России.
28. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
29. Развитие материально-технической базы в торговле с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
30. Инвестиции как источник развития материально-технологической оснащённости торговых предприятий.

#### **Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к контрольной работе и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём контрольной работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;
- оценка «не зачтено» – тема контрольной работы не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

### Задания для оценки сформированности компетенции ПК-4:

Задание 1. Сочетание трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия:

- а) профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид;
- б) заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность;
- в) стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

Ответ: б

Задание 2. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам (множественный выбор):

- а) менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму;
- б) стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу;
- в) степень принятия рисков.

Ответ: а, б

Задание 3. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:

- а) харизматичность менеджера по продажам;
- б) давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом;
- в) высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.

Ответ: 3

Задание 4. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:

- а) продажа;
- б) создание благоприятного впечатления о себе и своей компании;
- в) достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

Ответ: в

Задание 5. Позитивная роль конкуренции заключается в (множественный выбор):

- а) регуляции динамики цен;
- б) стимуляции к развитию сервиса;
- в) созданию атмосферы гонки.

Ответ: 1, 2

Задание 6. Классификация товаров по виду спроса на них.

Ответ: ....

Задание 7. Виды маркетинговых стратегий.

Ответ: ....

Задание 8. Дайте определение понятию «линейка товаров».

Ответ: ....

Задание 9. Что предполагает стратегия интенсивного маркетинга?

Ответ: ....

Задание 10. Дайте определение понятию «мерчендайзинг».

Ответ: ....

**Критерии оценки результатов:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.

## МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
<b>Оценка по пятибалльной системе</b>	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
<b>Оценка по системе «зачет – незачет»</b>	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

**Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов (<https://edubiotech.ru/file/403>: режим доступа свободный);
2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (<https://edubiotech.ru/file/104821>: режим доступа свободный).