

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Факультет Высшая школа корпоративного управления
Кафедра международной коммерции**

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
международной коммерции
Протокол от «29» мая 2018 г.
№ 10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.05 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЦИИ ПО СФЕРАМ
ПРИМЕНЕНИЯ**

направление подготовки (специальность)

38.03.06. ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Международная коммерция

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

БАКАЛАВР

(квалификация)

Очная

(форма(ы) обучения)

2018

(год набора)

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:

К.Э.Н., доцент _____

Илюхина И.А.

Заведующий кафедрой

международной коммерции

(наименование кафедры)

д.э.н., профессор

(ученая степень и (или) ученое звание)

Саламатов В.Ю.

(ФИО)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине **«Организация коммерции по сферам применения»**, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины **«Организация коммерции по сферам применения»** в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины **«Организация коммерции по сферам применения»**
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине **«Организация коммерции по сферам применения»**
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **«Организация коммерции по сферам применения»**
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине **«Организация коммерции по сферам применения»**
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Организация коммерции по сферам применения», соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Организация коммерции по сферам применения» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 2	Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	ПК – 2.1	способность регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери
		ПК – 2.2	способность определять и минимизировать затраты в коммерческой деятельности предприятия
ПК -7	Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ПК – 7.1	способность планировать техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
		ПК – 7.2	способность планировать материальное обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК - 8	Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	ПК – 8.1	способность обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания и его правовую поддержку
		ПК – 8.2	готовность обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания

1.2. В результате освоения дисциплины «Организация коммерции по сферам применения» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок» утв. 08.09.2015 №606н ОТФ В - Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (в полном об ъеме) Трудовые функции: В/02.6 Осуществление процедур закупок	ПК – 2.1 способн ость регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию , учитывать и списывать потери	на уровне знаний: - знать способы и методы регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, учета и списания потерь
		на уровне умений: - уметь регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери при осуществлении процедур закупок
		на уровне навыков: - быть способным регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери при осуществлении процедур закупок
Профессиональный стандарт «Эксперт в сфере закупок» утв. 10.09.2015 №625н ОТФ А (в полном объеме) Консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Трудовые функции: А/02.6 Консультирование по закупочным процедурам	ПК – 2.1	на уровне знаний: - знать способы и методы регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, учета и списания потерь
		на уровне умений: - уметь консультировать по вопросам регулирования процессов хранения, инвентаризации, учета и списания потерь в сфере закупок
		на уровне навыков: - владеть навыками оказания консультационных услуг по вопросам регулирования процессов хранения, инвентаризации, учета и списания потерь в сфере закупок
Менеджер ВЭД/менеджер по экспорту и импорту (в соответствии с результатами форсайт-сессии. Форсайт-анализ требований к компетенциям) Трудовые функции: .- разработка технико-экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитие бизнеса на основе договоров.	ПК – 2.2	на уровне знаний: - знать способы и методы регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, учета и списания потерь
		на уровне умений: - уметь учитывать процессы хранения, результаты проведения инвентаризации, учета и списания потерь при разработке технико-экономического обоснования по установлению прямых производственных связей, созданию и развитие бизнеса на основе договоров
		на уровне навыков: - быть способным регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери при осуществлении процедур закупок при ведении переговоров и деловой переписки с

2. Объем и место дисциплины «Организация коммерции по сферам применения» в структуре ОП ВО

Дисциплина «Организация коммерции по сферам применения» в соответствии с учебным планом направления подготовки «Торговое дело», профиль «Международная коммерция» изучается в 6-ом и 7-ом семестрах. Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетные единицы (288 акад. час.).

Освоение дисциплины опирается на следующие дисциплины: «Коммерческая деятельность», «Маркетинг» и «Организация, технология и проектирование предприятий».

Дисциплина «Организация коммерции по сферам применения» служит основанием для изучения дисциплины «Международная торговля» (4 курс, 8 семестр), «Международный менеджмент» (3 курс 7 семестр), а также при прохождении производственной и преддипломную практик, НИР и подготовке ВКР.

На контактную работу с преподавателем выделяется 108 часов, из них:

лекции - 36 час.,

практические занятия – 72 час.,

самостоятельная работа студентов – 144 час.

3. Содержание и структура дисциплины «Организация коммерции по сферам применения»

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
5								
5								
Очная форма обучения								
Тема 1	Содержание, роль и содержание коммерческой деятельности	8	4		-		4	О
Тема 2	Психология и этика коммерческой деятельности	16	-		8		8	Д

Тема 3	Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны	12	4		4		4	Т
Тема 4	Роль товарных знаков в коммерческой работе	16	-		8		8	О
Тема 5	Договоры в коммерческой деятельности	16	4		4		8	К
Тема 6	Формы и методы коммерческих расчетов	12	4		4		4	О
Тема 7	Особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций	16	4		4		8	К
Тема 8	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	16	4		4		8	О
Тема 9	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	16	4		4		8	КР
Тема 10	Коммерческие операции на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках	16	4		4		8	Д
Тема 11	Организация коммерческой деятельности на предприятиях социально-культурной сферы и туризма	16	-		8		8	О
Тема 12	Организация коммерческой деятельности в здравоохранении	12	-		4		8	О
Тема 13	Организация коммерческой деятельности в образовании	16	-		8		8	Т
Тема 14	Организация коммерческой деятельности в сфере общественного питания и ресторанного бизнеса	12	-		4		8	О
Тема 15	Организация коммерческой деятельности закупок и сбыта товаров	16	4		4		8	О
Промежуточная аттестация		36						Экз.
Всего:		288	36		72		144	

Формы текущего контроля: опрос (О), тестирование (Т), дискуссия (Д), курсовая работа (КР), контрольная работа (К).

Содержание дисциплины «Организация коммерции по сферам применения»

Тема 1. Содержание, роль и содержание коммерческой деятельности.

Понятие и сущность коммерции и предпринимательства. Развитие коммерческой деятельности в России. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.

Тема 2. Психология и этика коммерческой деятельности.

Личностные и профессиональные требования к коммерсанту. Этикет предпринимателя-коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Деловые письма в коммерческой работе.

Тема 3. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.

Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Обеспечение защиты коммерческой тайны. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны

Тема 4. Роль товарных знаков в коммерческой работе.

Роль товарных знаков в коммерческой работе. Использование товарного знака. Уступка товарного знака.

Тема 5. Договоры в коммерческой деятельности.

Виды договоров в коммерческой деятельности. Заключение, изменение и расторжение договоров. Ответственность сторон за нарушение условий договора.

Тема 6. Формы и методы коммерческих расчетов.

Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов. Порядок открытия счетов в банке. Расчеты в иностранной валюте.

Тема 7. Особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций.

Основные понятия и определения экспортно-импортных операций. Организация экспортно-импортных операций. Основные понятия и определения экспортно-импортных операций.

Тема 8. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.

Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли. Кооперация в оптовой торговле. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле.

Тема 9. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле.

Организация розничной торговой сети. Коммерческие связи в предприятиях розничной торговли и развитие интеграционных процессов. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли. Управление функцией продаж. Структура и функции коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли.

Тема 10. Коммерческие операции на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках

Особенности организации коммерческой деятельности на товарных биржах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах. Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы Российской Федерации, организация и механизм их функционирования.

Тема 11. Организация коммерческой деятельности на предприятиях социально-культурной сферы и туризма.

Понятие и сущность социально-культурной сферы и туризма. Особенности организации коммерческой деятельности на предприятиях социально-культурной сферы и туризма.

Тема 12. Организация коммерческой деятельности в здравоохранении.

Понятие и сущность сферы здравоохранения. Особенности организации коммерческой деятельности на предприятиях здравоохранения.

Тема 13. Организация коммерческой деятельности в образовании.

Понятие и сущность сферы образования. Особенности организации коммерческой деятельности в образовании.

Тема 14. Организация коммерческой деятельности в сфере общественного питания и ресторанного бизнеса.

Понятие и сущность сферы общественного питания и ресторанного бизнеса. Особенности организации коммерческой деятельности в сфере общественного питания и ресторанного бизнеса.

Тема 15. Организация коммерческой деятельности закупок и сбыта товаров.

Понятие и сущность сферы закупок и сбыта товаров. Особенности организации коммерческой деятельности в сфере закупок и сбыта товаров.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Организация коммерции по сферам применения»

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В процессе изучения курса выполняется текущий контроль успеваемости, используя:

- промежуточные контрольные задания;
- практикумы по темам;
- индивидуальные презентации по аналитическому исследованию;
- защита аналитических исследований по темам и коллективное обсуждение полученных результатов.

Выполнение всех заданий является обязательным для всех студентов. Студенты, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче экзамена.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «**Организация коммерции по сферам применения**» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
1. Содержание, роль и содержание коммерческой деятельности.	Опрос
2. Психология и этика коммерческой деятельности.	Диспут
3. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.	Тест
4. Роль товарных знаков в коммерческой работе.	Опрос
5. Договоры в коммерческой деятельности.	Контрольная работа
6. Формы и методы коммерческих расчетов.	Опрос
7. Особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций.	Контрольная работа
8. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.	Опрос
9. Организация коммерческой деятельности	Курсовая работа

в розничной торговле.	
10. Коммерческие операции на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках	Диспут
11. Организация коммерческой деятельности на предприятиях социально-культурной сферы и туризма.	Опрос
12. Организация коммерческой деятельности в здравоохранении.	Опрос
13. Организация коммерческой деятельности в образовании.	Тест
14. Организация коммерческой деятельности в сфере общественного питания и ресторанного бизнеса.	Опрос
15. Организация коммерческой деятельности закупок и сбыта товаров.	Опрос

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме устного зачета и экзамена.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Тестовые задания для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине «Организация коммерции по сферам применения»

- 1. Субъектами коммерческой деятельности являются:**
 - А. Организации, предприятия, компании;
 - В. Товары и услуги;
 - С. Физические и юридические лица.
- 2. Объектами коммерческой деятельности являются:**
 - А. Организации, предприятия, компании;
 - В. Товары и услуги;
 - С. Физические и юридические лица.
- 3. Торговые процессы по осуществлению купли-продажи с целью получения прибыли при удовлетворении спроса покупателей на товары и услуги это ...**
 - А. Покупательная деятельность;
 - В. Коммерческая деятельность;
 - С. Бухгалтерская деятельность.
- 4. Организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход это ...**
 - А. Предпринимательство;
 - В. Покупательная деятельность;
 - С. Бухгалтерская деятельность.
- 5. Какой из видов деятельности не относится к коммерческой?**
 - А. Установление хозяйственных связей с субъектами рынка;

- В. Ведение личного подсобного хозяйства;
- С. Сокращение издержек обращение товаров.

6. За счет чего осуществляется социальная направленность коммерческой деятельности?

- А. Повышение качества товаров;
- В. Создание рабочих мест;
- С. Расширение ассортимента.

7. Торговля состоящая из импорта и экспорта товаров это ...

- А. Внутренняя торговля;
- В. Внешняя торговля;
- С. Клиринг.

8. Обязательные платежи, которыми облагаются товары при импорте в другую страну и экспорте из нее это ...

- А. Таможенные пошлины;
- В. Налог на добавленную стоимость;
- С. Налог на прибыль организации.

9. Порядок вывоза (ввоза) товаров, при котором государство выдает разрешение на внешнеторговые операции с товарами это ...

- А. Квотирование;
- В. Клиринг;
- С. Лицензирование.

10. Максимальный объем товара, который разрешен для импорта и экспорта в течение определенного времени это ...

- А. Квотирование;
- В. Клиринг;
- С. Лицензирование.

11. Система безналичных расчетов, основанная на зачете взаимных требований и обязательств это ...

- А. Квотирование;
- В. Клиринг;
- С. Лицензирование.

12. Что дает расчет в свободно конвертируемой валюте экспортеру?

- А. Снизить величину таможенных пошлин;
- В. Снять ограничения на вывозимый товар;
- С. Использовать выручку для расчетов с другим государством.

13. Рекламная кампания – это ...

- A. Целенаправленная система спланированных мероприятий по рекламе и продвижению на рынок товара;
- B. Любая платная форма неличного представления и продвижения идеи или услуг от имени известного спонсора;
- C. Организационная функция и совокупность процессов предоставления продукта или услуги покупателям.

14. Какие критерии следует учитывать при выборе каналов распространения рекламных посланий?

- A. Роль и полезность;
- B. Эффективность и современность;
- C. Стоимость и охват.

15. Передача выполнения рекламных задач рекламным агентствам – это ...

- A. Аутсорсинг;
- B. Франчайзинг;
- C. Факторинг.

16. Изготовитель или продавец товара или иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо - это ...

- A. Рекламораспространитель;
- B. Рекламопроизводитель;
- C. Рекламодатель.

17. Лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама – это ...

- A. Все физические лица;
- B. Потребитель рекламы;
- C. Физические и юридические лица.

18. Канал распределения - это...

- A. Путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю;
- B. Процесс планирования, реализации и контроля эффективности потока и хранения материально-технических ресурсов;
- C. Посредник.

19. Уровень канала – это ...

- А. Юридическое или физическое лицо, выполняющее посреднические функции между продавцом и покупателем;
- В. Посредники на товарной бирже или фондовой бирже, осуществляющие операции по купле-продаже товаров и ценных бумаг;
- С. Любой посредник, который приближает товар и права собственности на него к конечному покупателю.

20. Что обеспечивает перемещение товара с места производства к месту его продажи и использования?

- А. Доставка;
- В. Транспортировка;
- С. Обработка грузов.

21. В чем заключается процесс управления запасами?

- А. В доставке товаров к местам продажи в определенное время с максимальным уровнем обслуживания покупателей;
- В. В проектировании и использовании складских помещений, средств перемещения;
- С. В создании и поддержании запасов товаров соответствующего ассортимента и в соответствующем количестве.

22. Сроки и условия хранения товара в отношении коммерческо-посреднической деятельности – это ...

- А. Фактор, влияющий на выбор канала распределения;
- В. Уровень канала распределения;
- С. Длина канала распределения.

23. Двухуровневый канал распределения включает в себя:

- А. Производителя, потребителя и двух посредников;
- В. Производителя и потребителя;
- С. Производителя, потребителя и посредника.

24. Юридическое лицо считается созданным ...

- А. С момента заключения первого контракта;

- В. С момента его государственной регистрации;
- С. С момента принятия решения о создании.

25. Организации, основной целью которых является извлечение прибыли называются ...

- А. Коммерческими;
- В. Некоммерческими;
- С. Прибыльными.

26. Организационно-правовая форма, предполагающая свободное размещение и обращение акций – это ...

- А. Непубличное акционерное общество;
- В. Публичное акционерное общество;
- С. Общество с ограниченной ответственностью.

27. Организационно-правовая форма, при которой участники несут солидарно субсидиарную ответственность по обязательствам организации – это ...

- А. Полное товарищество;
- В. Коммандитное товарищество;
- С. Товарищество на вере.

28. К коммерческим организациям не относят:

- А. Публичное акционерное общество;
- В. Артель;
- С. Потребительский кооператив.

29. В качестве индивидуального предпринимателя может быть зарегистрировано ...

- А. Физическое лицо;
- В. Юридическое лицо;
- С. Оба варианта верны.

30. Что относится к услугам?

- А. Осязаемые действия, направленные на тело человека;
- В. Осязаемые действия, направленные на услугу;
- С. Неосязаемые действия, направленные.

31. В сферу бытовых и платных услуг относят:

- А. Маркетинговые услуги;
- В. Услуги прачечных;
- С. Услуги супермаркетов.

32. С чем связаны особенности продавцов и покупателей услуг?

- А. С неосвязаемостью услуг;
- В. С продолжительностью услуг;
- С. С формулировкой услуг.

33. Что не относится к основным функциям коммерческой работы в сфере услуг?

- А. Знание конкурентов;
- В. Определение ценовой политики;
- С. Распределение маркетинговых ресурсов.

34. Выберите верное суждение:

- А. Социальные функции общественного питания преобладают над коммерческими;
- В. Коммерческие функции общественного питания преобладают над социальными;
- С. Значимость социальных функций общественного питания равна значимости коммерческих функций.

35. Основной инструмент государства по контролю коммерческой деятельности в сфере здравоохранения это...

- А. Выделение денежных средств из бюджета;
- В. Лицензирование;
- С. Проверка медицинских учреждений.

36. Что такое аккредитация?

- А. Процедура официального подтверждения соответствия объекта установленным критериям и показателям;
- В. Вид государственного контроля, направленного на обеспечение прав, законных интересов, нравственности и здоровья граждан;
- С. Документ, выдаваемый налоговой службой.

37. Какая особенность деятельности в сфере медицины связана с результатом деятельности медработников?

- А. Создание экономических нормативов;

- В. Зависимость оказания услуги от местных условий;
- С. Услуга всегда носит индивидуальный характер.

38. В чем проявляется особенность процесса оказания услуг здравоохранения?

- А. Зависимость оказания услуги от местных условий;
- В. Создание экономических нормативов;
- С. Длительность оказания услуги может быть разной.

39. Что способствует развитию рынка частной медицины?

- А. Высокий процент по кредитам;
- В. Формирование сетей медицинских учреждений;
- С. Получение лицензии и аккредитации учреждения.

40. Соглашение, по которому одна сторона обязуется передать товар в собственность другой стороне, а покупатель обязуется уплатить за него определенную сумму это ...

- А. Договор купли-продажи;
- В. Договор соглашения;
- С. Договор комиссии.

41. По какому договору одна сторона обязуется по поручению другой стороны за вознаграждение совершить сделки от своего имени?

- А. Договор купли-продажи;
- В. Договор складского хранения;
- С. Договор комиссии.

42. Определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства это ...

- А. Пеня;
- В. Нестойка;
- С. Убытки.

43. Расходы, которые несет лицо для восстановления нарушенного права это ...

- А. Убытки;
- В. Неустойка;
- С. Штраф.

44. Особый вид отношений, возникающих в связи с переуступкой прав пользования предметом лизинга третьему лицу это ...

- A. Возвратный лизинг;
- B. Сублизинг;
- C. Долевой лизинг.

45. При каком лизинге оборудование не полностью амортизируется за время аренды, и м. б. вновь сдано в аренду или возвращено арендодателю?

- A. Оперативный лизинг;
- B. Финансовый лизинг;
- C. Возвратный лизинг.

46. Платежный оборот осуществляется:

- A. В наличной и безналичной формах;
- B. В наличной форме;
- C. В безналичной форме.

47. Как оформляется поступление и выдача денег из кассы?

- A. Приходными и расходными кассовыми орденами;
- B. Документами;
- C. Чеками и векселями.

48. Факторинг - это ...

- A. Операция по приобретению финансовым агентом коммерческого обязательства заемщика перед кредитором;
- B. Разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента;
- C. Условное денежное обязательство.

49. Как производятся безналичные расчеты?

- A. Через банки и другие кредитные организации;
- B. Документами;
- C. Чеками и векселями.

50. Что НЕ является видом платежей коммерческих расчетов?

- A. Платежное поручение;
- B. Расчетные чеки;
- C. Квитанции.

51. Сколько сторон участвуют в факторинговых операциях?

- A. 1;
- B. 2;
- C. 3.

52. К характерным чертам системы стимулирования сбыта не относится:

- A. Информативность;
- B. Многообразие средств и приемов;
- C. Долговременность эффекта.

53. Предоставление бесплатных образцов продукции ...

- A. Дает потребителям возможность составить впечатление о продукте;
- B. Связано с незначительными расходами;
- C. Способствует более быстрому восприятию продукта.

54. К недостаткам стимулирования сбыта относится:

- A. Кратковременный рост продаж и дополнение рекламы;
- B. Привлечение внимания к товару;
- C. Смещение акцента с факторов качества на второстепенные.

55. Достоинство конкурсов и лотерей ...

- A. Способствуют росту доверия к марке;
- B. Недорогой способ в применении;
- C. Участвует неограниченный круг потребителей.

56. К вопросам коммуникационной политики не относят:

- А. Рекламу;
- В. Личные продажи;
- С. Ценовую политику.

57. Форма рекламных обращений в сети интернет:

- А. Баннеры;
- В. Текстовые блоки;
- С. Баинги.

58. Основная задача оптовой торговли - это

- А. Реконструкция и переоснащение складов, их рационализация;
- В. Торговля товарами для последующей их перепродажи или профессионального использования;
- С. Стимулирование торговли по продвижению на рынок отечественных товаров.

59. Одна из функций оптовой торговли по отношению к покупателям - это

- А. Преобразование промышленного ассортимента в торговый;
- В. Инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- С. Минимизация коммерческого риска.

60. Оптовые предприятия в зависимости от масштаба деятельности бывают ...

- А. Посреднические;
- В. Универсальные;
- С. Региональные.

61. К организаторам оптового оборота товаров относят ...

- А. Товарные биржи;
- В. Универсамы;
- С. Супермаркеты.

62. Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и в назначенном месте - это

- А. Аукцион;
- В. Ярмарка;
- С. Выставка.

63. По сфере действия выставки бывают ...

- А. Многоотраслевые;
- В. Международные;
- С. Производственные.

64. Заключительным этапом подготовки к выставочному мероприятию является ...

- А. Составление плана работы;
- В. Анализ собранных данных;
- С. Оповещение потенциальных клиентов.

65. Заказы на уникальное оборудование размещаются путем ...

- А. Закрытых торгов;
- В. Открытых торгов;
- С. Бирж.

66. По масштабу деятельности ярмарки бывают ...

- А. Сезонные;
- В. Ежегодные;
- С. Региональные.

67. Кто является посредниками при осуществлении биржевых операций?

- А. Брокеры;
- В. Аукционисты;
- С. Фьючерсы.

68. Розничная торговля – это ...

- А. Совокупность видов предпринимательской деятельности, связанных с производством товаров;

- В. Товарообменный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободной продажи товаров и услуг;
С. Продажа товаров через торговые базы.

69. Розничная торговля решает следующие задачи:

- А. Формирование ассортимента товаров и перечня услуг для удовлетворения потребностей продавца;
В. Демонстрирование образцов на закрытых торговых стендах в целях получения заказов на товары;
С. Приобретение товаров у оптовика и предложение их для продажи любому желающему в неизменном виде или после обычной для розничной торговли обработки.

70. Как называется поштучная торговля товарами для личного или домашнего потребления покупателем?

- А. Оптовая торговля;
В. Смешанная торговля;
С. Розничная торговля.

71. Подтверждает право покупателя на скидку - это

- А. Платежная карта;
В. Дисконтная карта;
С. Кассовый чек.

72. Является экономической основой розничной торговли ...

- А. Торговая наценка;
В. Торговая переоценка;
С. Снабженческо-сбытовая надбавка.

73. Розничная торговля не может быть классифицирована ...

- А. По формам;
В. По собственности;
С. По территориальному признаку.

74. Специализация розничных торговых предприятий – эт о...

- А. Разделение предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров;
В. Система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными;
С. Система мероприятий по продаже товаров.

75. К коммерческим процессам относят ...

- А. Погрузку и разгрузку товаров;
- В. Хранение товаров;
- С. Изучение и прогнозирование спроса.

76. К объектам коммерческой деятельности относят ...

- А. Потребительские товары;
- В. Производителей;
- С. Участников коммерческой деятельности.

77. К факторам внешней среды, влияющим на развитие коммерческой деятельности предприятий, относят ...

- А. Правовую базу коммерческой деятельности;
- В. Финансовые ресурсы предприятия;
- С. Товарно-материальные ценности предприятия.

78. К субъектам коммерческой деятельности относят ...

- А. Потребительские товары;
- В. Участников коммерческой деятельности;
- С. Материально-технические базы коммерции.

79. В чем отличие предпринимательства от коммерции:

- А. Нет отличий;
- В. Коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства;
- С. Коммерция представляет собой вид производственного предпринимательства.

80. Рынок, отличающийся превышением спроса над предложением, называют ...

- А. Насыщенным рынком;
- В. Дефицитным рынком;
- С. Рынком смешанной экономики.

81. К особенностям образовательных услуг не относится:

- А. Начало их потребления происходит одновременно с началом их оказания;
- В. Материальный характер результатов;
- С. Относительная длительность оказания услуги.

82. Специфика рынка образовательных услуг заключается в ...

- А. Значительном государственном участии;
- В. Отсутствии посредников;
- С. Неоднородности реализуемых услуг.

83. Юридическое лицо получает право на осуществление коммерческой деятельности в сфере образования после ...

- А. Бюджетирования;
- В. Квотирования;
- С. Лицензирования.

84. Преимуществом частного образования и оказания платных образовательных услуг является:

- А. Возможность более гибко реагировать на запросы рынка;
- В. Стоимость услуг;
- С. Высокое качество услуг.

85. Оптовая торговля – это

- А. Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования;
- В. Торговля в универсальных магазинах товаров смешанного ассортимента;
- С. Нет правильного ответа.

86. Понятие «оптовый товарооборот» означает продажу товаров ...

- А. Крупными партиями;
- В. Торговым предприятиям;
- С. Торговыми предприятиями другим для последующей реализации или переработки.

87.Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:

- А. От поставщика – изготовителя;
- В. Непосредственно в магазины;
- С. Поставщиком без завоза товаров на свои склады.

88. Коммерческая деятельность на предприятиях оптовой торговли включает в себя следующие этапы:

- А. Управление товарными запасами, управление ассортиментом товаров; рекламно-информационную работу;
- В. Коммерческую деятельность по оптовой продаже товаров, оказание услуг оптовым покупателям;

С. Все выше перечисленное.

89. Задачей оптовой торговли является...

- А. Поддержание товарных потоков и каналов распределения с учетом потребительского спроса и предложения товаров;
- В. Организации торговли с доставкой товара на дом;
- С. Осуществление рассылки товаров заказанных по каталогу, образцам, пробам.

90. Дистрибьютор – это...

- А. Лицо или учреждение, берущее на себя известные обязательства по договору;
- В. Независимый оптовый посредник, который осуществляет торговые операции от своего имени и имеет право собственности на товар;
- С. Физическое или юридическое лицо, осуществляющее оплату деньгами и являющееся приобретателем товара или услуги.

91. Виды оптовых торговцев:

- А. Независимые коммерческие оптовые организации;
- В. Брокеры и агенты;
- С. Оба варианта.

92. Какие оптовые торговые предприятия осуществляют закупку и продажу отдельных подгрупп или даже видов товаров:

- А. Универсальные;
- В. Смешанные;
- С. Узкоспециализированные.

93. В факторинговых операциях участвуют факторинговая компания, клиент и ...

- А. Предприятие;
- В. Государство;
- С. Другая факторинговая компания.

94. Внутренний факторинг – это ...

- А. Когда поставщик, его клиент и банк, осуществляющий факторинговые операции, находятся в разных стран;

В. Когда поставщик, его клиент и банк, осуществляющий факторинговые операции, находятся в пределах СНГ;

С. Когда поставщик, его клиент и банк, осуществляющий факторинговые операции, находятся в пределах одной страны.

95. Основной деятельностью факторинговой компании является кредитование поставщиков путём выкупа ...

А. Долгосрочной дебиторской задолженности;

В. Краткосрочной дебиторской задолженности;

С. Дебиторской задолженности на любой срок.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 2	Способность осуществлять управление торговыми технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	ПК – 2.1	способность регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери
		ПК – 2.2	способность определять и минимизировать затраты в коммерческой деятельности предприятия
ПК - 7	Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ПК – 7.1	способность планировать техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
		ПК – 7.2	способность планировать материальное обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК - 8	Готовность обеспечивать необходимый уровень	ПК – 8.1	способность обеспечить необходимый уровень

	качества торгового обслуживания		качества торгового обслуживания и его правовую поддержку
		ПК – 8.2	готовность обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК – 2.1	Применяет основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью в разных сферах применения Регулирует процессы хранения, проводит инвентаризацию, учитывает и списывает потери Организует коммерческую деятельность в разных сферах ее применения	Грамотно применяет основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью в разных сферах применения Самостоятельно регулирует процессы хранения, проводит инвентаризацию, учитывает и списывает потери Готов к самостоятельной организации коммерческой деятельности в разных сферах ее применения
ПК – 2.2	Применяет методы определения и минимизации затрат по сферам применения, в том числе и коммерческой деятельности предприятия Работает с правовой и нормативной документацией в коммерческой сфере	Грамотно применяет методы определения и минимизации затрат по сферам применения, в том числе и коммерческой деятельности предприятия Самостоятельно работает с правовой и нормативной документацией в коммерческой сфере
ПК – 7.1	Применяет основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью в разных сферах применения Регулирует процессы технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров Организует коммерческую деятельность в разных	Грамотно применяет основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью в разных сферах применения Самостоятельно регулирует процессы технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров

	сферах ее применения	Готов к самостоятельной организации коммерческой деятельности в разных сферах ее применения
ПК – 7.2	Применяет навыки качественного торгового обслуживания при осуществлении процедур закупок, включая закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд. Регулирует процессы материального обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров. Организует коммерческую деятельность в разных сферах ее применения	Грамотно применяет навыки качественного торгового обслуживания при осуществлении процедур закупок, включая закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд. Самостоятельно регулирует процессы материального обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров. Готов к самостоятельной организации коммерческой деятельности в разных сферах ее применения
ПК – 8.1	<p>Дает определения основных нормативных правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Ссылается на нормативно-правовые акты в устной и в письменной речи в профессиональной деятельности</p> <p>Использует нормативно-правовые акты при принятии организационно-управленческих решений для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> <p>Раскрывает основные понятия и термины, применяемые в области товароведения продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Анализирует информацию о современном состоянии рынка продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Выполняет сегментацию потребительского рынка и определяет перечень наиболее значимых для покупателей товаров и услуг</p> <p>Участствует в выборе форм обслуживания покупателей в соответствии с необходимым уровнем качества торгового обслуживания</p>	<p>Демонстрирует комплексные знания основных нормативных правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Демонстрирует комплексное владение приемами поиска и анализа нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Грамотно использует нормативно-правовые акты при принятии организационно-управленческих решений для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> <p>Демонстрирует комплексные знания понятий и терминов, применяемых в области товароведения продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Корректно проводит анализ информации о современном состоянии рынка продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Грамотно проводит сегментацию потребительского рынка и определяет перечень наиболее значимых для покупателей товаров и услуг</p>

		Самостоятельно выбирает формы обслуживания покупателей в соответствии с необходимым уровнем качества торгового обслуживания
ПК – 8.2	<p>Дает определения основных нормативных правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Ссылается на нормативно-правовые акты в устной и в письменной речи в профессиональной деятельности</p> <p>Использует нормативно-правовые акты при принятии организационно-управленческих решений для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> <p>Раскрывает основные понятия и термины, применяемые в области товароведения продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Анализирует информацию о современном состоянии рынка продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Выполняет сегментацию потребительского рынка и определяет перечень наиболее значимых для покупателей товаров и услуг</p> <p>Участствует в выборе форм обслуживания покупателей в соответствии с необходимым уровнем качества торгового обслуживания</p>	<p>Демонстрирует комплексные знания основных нормативных правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Демонстрирует комплексное владение приемами поиска и анализа нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности</p> <p>Грамотно использует нормативно-правовые акты при принятии организационно-управленческих решений для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p> <p>Демонстрирует комплексные знания понятий и терминов, применяемых в области товароведения продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Корректно проводит анализ информации о современном состоянии рынка продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p>Грамотно проводит сегментацию потребительского рынка и определяет перечень наиболее значимых для покупателей товаров и услуг</p> <p>Самостоятельно выбирает формы обслуживания покупателей в соответствии с необходимым уровнем качества торгового обслуживания</p>

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине «Организация коммерции по сферам применения»

№ п/п	Вопросы
-------	---------

1.	Понятие и сущность коммерции и предпринимательства.
2.	Развитие коммерческой деятельности в России.
3.	Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле.
4.	Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.
5.	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
6.	Личностные и профессиональные требования к коммерсанту.
7.	Этикет предпринимателя-коммерсанта.
8.	Организация и ведение деловых переговоров.
9.	Деловые письма в коммерческой работе.
10.	Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.
11.	Обеспечение защиты коммерческой тайны.
12.	Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.
13.	Роль товарных знаков в коммерческой работе.
14.	Использование товарного знака.
15.	Уступка товарного знака.
16.	Положительные и отрицательные стороны франчайзинга.
17.	Виды договоров в коммерческой деятельности.
18.	Заключение, изменение и расторжение договоров.
19.	Ответственность сторон за нарушение условий договора.
20.	Наличная форма расчетов в банковской сфере.
21.	Безналичная форма расчетов в банковской сфере.
22.	Порядок открытия счетов в банке.
23.	Сущность, роль и содержание коммерческой работы по продаже товаров.
24.	Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
25.	Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.
26.	Задачи, цели и функции оптовой торговли.
27.	Типы и виды оптовой продажи.
28.	Методы оптовой продажи товаров.

29.	Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
30.	Методы розничной продажи товаров.
31.	Организация оказания торговых услуг покупателям.
32.	Сущность и организационные формы аукционов.
33.	Порядок проведения аукциона.
34.	Организация проведения конкурсов (тендеров).
35.	Значение и виды оптовых ярмарок.
36.	Организация работы ярмарок (выставок).
37.	Порядок заключения договоров на выставках (ярмарках).
38.	Коммерческая деятельность в сфере образования.
39.	Коммерческая деятельность в сфере здравоохранения.
40.	Коммерческая деятельность в сфере туризма и ее особенности.
41.	Лизинг в коммерческой деятельности.
42.	Основные типы и виды лизинга.

Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований		
Цифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Неудовлетворительно	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Неудовлетворительно	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	Удовлетворительно	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Хорошо	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Отлично	Сформированные	Сформированное	Успешное и

		систематические знания	умение	систематическое применение навыков
--	--	------------------------	--------	------------------------------------

Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции
Цифр.	Оценка	
1	Неудовлетворительно	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Удовлетворительно или неудовлетворительно (по усмотрению преподавателя)	Знать на уровне ориентирования , представлений. Субъект учения знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает их в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения
3	Удовлетворительно	Знать и уметь на репродуктивном уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях
4	Хорошо	Знать, уметь, владеть на аналитическом уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения
5	Отлично	Знать, уметь, владеть на системном уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания учебной дисциплины, его значимость в содержании учебной дисциплины

4.4. Методические материалы

Процедуры и средства оценивания элементов компетенций
по дисциплине «организация коммерции по сферам применения»

Процедура проведения	Средство оценивания				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль
	Выполнение устных заданий	Выполнение письменных тестовых заданий	Выполнение практических расчетных заданий	Выполнение курсовых работ и докладов	Экзамен в устной форме
Продолжительность контроля	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	Не предусмотрено	По усмотрению преподавателя	В соответствии с принятыми нормами времени
Форма проведения контроля	Устный опрос	Письменный опрос		Письменная форма с презентацией	В устной форме
Вид проверочного задания	Устные вопросы	Письменный тест		опрос	экзамен
Форма отчета	Устные ответы	Ответы в письменной форме		Ответы в письменной	Ответы в устной форме
Раздаточный материал	есть	Справочная литература-		Справочная литература	Справочная литература

Примерные темы курсовых работ

1. Менеджмент коммерческой деятельности производственных предприятий.
2. Левередж в коммерческой деятельности.
3. Теория корпоративных структур и ее применение в коммерческой сфере.
4. Ресурсные факторы коммерческой деятельности и их роль в коммерческом успехе предприятий торговли.
5. Инновационная сегментация оптовых коммерческих рынков.
6. Эффективность коммерческой деятельности и ее показатели.
7. Функция продаж и управление ею в коммерческих предприятиях
8. Особенности услуг как коммерческого товара.
9. Коммерческая деятельность учреждений образования.

10. Маркетинг образовательных услуг в коммерческой сфере.
11. Ценообразование образовательных услуг в коммерческой сфере.
12. Эффективность коммерческой деятельности учреждения образования
13. Формирование коммерческой среды в российском здравоохранении
14. Модель частного учреждения здравоохранения. Показатели его коммерческого успеха.
15. Маркетинговая концепция, ценовая политика частного учреждения здравоохранения
16. Ресторанный бизнес в России: организация и показатели коммерческого успеха.
17. Коммерческая деятельность туристических организаций и показатели ее эффективности.
18. Маркетинговая концепция и ценовая политика туристических фирм.

Самостоятельное материала изучение тем с последующей сдачей их преподавателю

Тема 1. Определение коммерческой организации. Основания создания коммерческой организации. Приложение теории организации к обеспечению функционирования коммерческих организаций. Области приложения теории организации в коммерческой деятельности.

Тема 2. Внешние и внутренние факторы, их значение и динамика изменений. Закономерности функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле-продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей

Тема 3. Коммерческая организация как система; ее структура и управление. Совокупность процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей в коммерции

Тема 4. Материально-техническое обеспечение (система снабжения): характеристика функциональной роли подсистемы и ее внешних и внутренних связей. Организация и планирование деятельности подсистемы снабжения. Оценка и выбор поставщиков.

Тема 5. Система сбыта: функциональная роль и содержание коммерческих процессов. Цели сбыта и управление функцией сбыта. Разделение функций и формирование сбыта. Издержки в сбытовых сетях.

Тема 6. Финансовое и информационное обеспечение коммерческих процессов производственного предприятия. Финансирование и инвестиции в коммерческую деятельность в оптовой торговле. Ценообразование в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. Расчет издержек.

Тема 7. Анализ реального состояния оптовых рынков закупок и сбыта товаров. Выбор целевых сегментов рынка. Инновационная сегментация. Процесс позиционирования на рынке.

Тема 8. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли. Кооперация в оптовой торговле. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле.

Тема 9. Исследование рынка потребительских товаров. Организация розничной торговой сети. Коммерческие связи в предприятиях розничной торговли и развитие интеграционных процессов. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли. Управление функцией продаж. Структура и функции коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли. Роль торгового персонала. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности. Эффективность коммерческой деятельности.

Тема 10. Формы посреднической деятельности: брокерство, дилерство, консигнация, дистрибьютерство, индент, коммивояжерство. Характеристика действующих на российском оптовом и розничном рынках форм торгово-посреднических структур. Организация и управление их коммерческой деятельностью.

Тема 11. Особенности организации коммерческой деятельности на товарных биржах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах. Торговые дома и организация их коммерческой деятельности. Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы Российской Федерации, организация и механизм их функционирования

Критерии оценки курсовых работ

Оценка «удовлетворительно» предполагает, что полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, когда полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы

применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка «отлично» предполагает: полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

«Организация коммерции по сферам применения»

Для успешного освоения дисциплины необходимо:

регулярно без пропусков посещать занятия;
выполнять все задания, выносимые на самостоятельное решение;
тщательно прорабатывать конспекты представленных лекций и презентаций;
изучать основную литературу, а для более углубленного изучения пройденного материала дополнительную;

своевременно консультироваться с преподавателем по вопросам, вызвавшим затруднение при выполнении домашнего задания и самостоятельной работы.

Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Материально-техническое и информационно-техническое обеспечение самостоятельной работы студентов включает в себя: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и методического центра; компьютерные классы с возможностью работы в Интернет; базы практики в соответствии с заключенными договорами; аудитории для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. При планировании заданий для

внеаудиторной самостоятельной работы рекомендуется использовать следующие типы самостоятельной работы:

- воспроизводящая (репродуктивная), предполагающая алгоритмическую деятельность по образцу в аналогичной ситуации;
- реконструктивная, связанная с использованием накопленных знаний и известного способа действия в частично измененной ситуации;
- эвристическая (частично-поисковая), которая заключается в накоплении нового опыта деятельности и применении его в нестандартной ситуации;
- творческая, направленная на развитие способностей обучающихся к исследовательской деятельности. При разработке программы учебной дисциплины (междисциплинарного курса профессионального модуля) необходимо включать самостоятельную работу в тематическое планирование и содержание дисциплины (междисциплинарного курса профессионального модуля), определять формы и методы контроля ее результатов.

Содержание самостоятельной внеаудиторной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно примерной и рабочей программ учебной дисциплины (междисциплинарного курса профессионального модуля). Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать специфику специальности (профессии), данной дисциплины, междисциплинарного курса или профессионального модуля, индивидуальные особенности обучающихся. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки.

В процессе инструктажа преподаватель предупреждает обучающихся о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении самостоятельного задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины, междисциплинарного курса профессионального модуля. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Организация коммерции по сферам применения»

6.1. Основная литература.

1. Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Киселева Е.Н., Буданова О.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Вузовский учебник, 2010.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/931>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Беляевский И.К. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 274 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10738>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Памбухчиянц О.В. Организация торговли [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52269>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения) Учебно-методический комплекс. – Дзержинск, 2014 (электронная версия)

6.2. Дополнительная литература.

1. Власова О.В. Коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Власова О.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011.— 299 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/927>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для образовательных учреждений СПО/ Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24754>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Яськов Е.Ф. Теория организации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление»/ Яськов Е.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8588>.— ЭБС «IPRbooks»

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учебн. пособие. – СПб.: Питер, 2013.
2. Саак А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебн. пособие: гриф УМ – СПб.: Питер. 2014.
3. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник/Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2012.

4. Голиков Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика, финансы. Безопасность: Учебно-практическое пособие. М.: Изд. «Экзамены», 2014.
5. Савин В.И. Супермаркет: Практическое пособие. М.: ЗАО ИКЦ «ДИС», 2014.
6. Дашков Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли. 3-е изд. перераб. М.: Изд. дом Дашков и К, 2015.
7. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: учебник: гриф МО/ Российск. Экон. акад. им. Г.В. Плеханова/ под ред. Л.А. Брагина – м.: ИНФРА-М, 2014.
8. Рутгайзер В.М. Оценка стоимости бизнеса: гриф УМО/ В.М. Рутгайзер. 2-е изд. М.: Маросейка, 2014.

6.4. Интернет-ресурсы.

1. Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ
2. Официальные сайты органов исполнительной власти на федеральном, региональном и местном уровне власти в РФ

- 1.3. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Программы из пакета MicrosoftOffice

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.