

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

*ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой
деятельностью»*

программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Форма обучения: *очная*

Владивосток 2023

Содержание

1	Общие сведения	4
2	Структура и содержание профессионального модуля	8
3	Условия реализации программы модуля	31
4	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	34

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ПМ.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) Рабочая программа составляется для студентов очной формы обучения.

1.2. Требования к результатам освоения модуля:

Базовая часть

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

- **иметь практический опыт:** приемки товаров по количеству и качеству; составления договоров; установления коммерческих связей; соблюдения правил торговли; выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации; эксплуатации и обслуживания различных видов торгового оборудования; эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;

- **уметь:** устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение; управлять товарными запасами и потоками; обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству; оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли; устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли; эксплуатировать торгово-технологическое оборудование; применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;

- **знать:** составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; государственное регулирование коммерческой деятельности; инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции; организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию; услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные; правила торговли; классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации; организационные и правовые нормы охраны труда; причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении; технику безопасности условий труда, пожарную безопасность.

Для расширения объема профессиональной подготовки и ее углубления в указанных областях, в профессиональный модуль введены междисциплинарные курсы: МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности, МДК 01.02 Организация торговли, МДК 01.03 «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда», МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью», в том числе профессиональными (ПК), указанными в ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям):

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции
ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.

ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству
ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли
ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли
ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг
ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения
ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы
ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование

В процессе освоения ПМ у студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

Вариативная часть

С целью реализации требований работодателей и ориентации профессиональной подготовки под конкретное рабочее место, обучающийся в рамках овладения указанным видом профессиональной деятельности должен:

- иметь практический опыт: проведения коммерческих сделок, оформление договоров купли – продажи с партнёрами, соблюдения правил торговли; выполнения технологических операций в магазинах различных форматов, использования принципов мерчандайзинга; эксплуатации и обслуживания различных видов торгового оборудования;

- уметь: осуществлять расчеты по коммерческим сделкам, оформлять договорные конструкции, использовать приёмы выкладки товаров в розничных торговых предприятиях, оценивать эффективность расстановки торгового оборудования в торговом зале;

- знать: требования законодательства при организации коммерческих операций, условия размещения розничных торговых предприятий, принципы и методы продажи товаров

Личностными результатами реализации программы воспитания при освоении профессионального модуля являются:

- проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность

принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций;

- соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих;

- проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»;

- проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях;

- проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства;

- выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей;

- принимающий и исполняющий стандарты антикоррупционного поведения;

- проявляющий способности к планированию и ведению предпринимательской деятельности на основе понимания и соблюдения правовых норм российского законодательства.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	520
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	304
Учебная практика	Не предусмотрена
Производственная практика	72
Самостоятельная работа студента (всего)	108
Курсовая работа (проект)	18
Консультации	36
Итоговая аттестация в форме	Экзамен по модулю

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»

2.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(максимальная учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося	Учебная практика	Производственная, (часов) <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
			Всего часов	В т. ч. лабораторные работы и практические занятия, (часов)				В т. ч. курсовая работа (проект), (часов)
1	2	3	4	5	6	7	8	
ПК1.1, ПК1.6-ПК1.10	Раздел 1 МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности	155	106	52	33	*	*	
ПК1.2-ПК1.5	Раздел 2 МДК 01.02 Организация торговли	119	82	50	29	*	*	
ПК1.10	Раздел 3 МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда	72	48	32	18		*	
ПК1.6-ПК1.10	Раздел 4 МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах	102	68	34	28			
ПК.1.1-ПК.1.10	Производственная (по профилю специальности), часов	72						72
	ВСЕГО:	520			*	*	*	72

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности		106	
Тема 1.1 Сущность и содержание коммерческой деятельности	Содержание	1	2
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль и место коммерции в предпринимательской деятельности. Условия и факторы, обеспечивающие развитие коммерции. 2. Содержание коммерческой деятельности, ее роль в системе общественного разделения труда. 3. Основные признаки и функции коммерческой деятельности. 4. Характеристика основных элементов коммерческой деятельности. 		
Тема 1.2 Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятий	Содержание	2	2
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности информационного обеспечения коммерческой деятельности. Формы коммерческой информации. 2. Основные источники получения коммерческой информации. Значение отдельных источников информации в коммерческой деятельности. Методы оценки достоверности коммерческой информации. 		
Тема 1.3 Характеристика и структура субъектов коммерческой деятельности	Содержание	2	1
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие субъектов коммерческой деятельности и их характеристика. Особенности посреднической деятельности в коммерции. Необходимость торгово-посреднической деятельности, ее функции и задачи. 2. Особенности розничной торговли, ее функции и задачи. Характеристика хозяйственных подразделений в коммерции: общества и хозяйственные товарищества, АО, муниципальные и федеральные (унитарные) предприятия, кооперативы, частные предприятия. 3. Порядок регистрации, функционирования и ликвидации коммерческих предприятий. 		
	Практические занятия	6	2

	1. Сравнительная характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций: цель создания; характер учредительных документов; основа объединения; участники; отношение к имуществу организации; распределение прибыли; права и обязанности участников; возможности преобразования; основания к ликвидации.		
Тема 1.4 Формы сотрудничества предприятий в сфере производства и товарообмена	Содержание	2	2
	1. Совместное предпринимательство. Производственная кооперация. Франчайзинг. 2. Аутсорсинг. Лицензирование. Концессия. 3. Общие принципы встречной торговли. Компенсационные операции		
Тема 1.5 Структура коммерческой деятельности	Содержание	1	2
	1. Многообразие современных рынков сбыта. Отличительные свойства бизнес - рынка и потребительского рынка. Структура коммерческой операции. 2. Основные этапы реализации коммерческой операции. Коммерческие и технологические процессы как элементы коммерческой операции.		
Тема 1.6 Особенности организации и управления коммерческой деятельностью промышленных предприятий	Содержание	1	2
	1. Коммерческая служба предприятия: задачи, функции. 2. Совершенствование организации управления коммерческой деятельностью предприятия. Специфика организации и управления коммерческой деятельностью на промышленных предприятиях.		
	Практические занятия	6	3
	1. Виды деловой переписки по заключению и реализации коммерческих сделок. 2. Рекламация как форма заявления претензий в коммерции		
Тема 1.7 Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли	Содержание	2	2
	1. Оптовая торговля: сущность и особенности. Роль оптовой торговли в современной коммерческой деятельности.		
	2. Исследование товарных рынков, выбор товаров, формирование ассортимента, ценообразование, определение объема оптовых закупок и продаж товаров. Договорная работа с поставщиками и клиентами: коммерческие взаимозачеты, закупка и поставка товаров, формирование и планирование товарных запасов, организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров, сервисного обслуживания. 3. Государственное регулирование и регламентация деятельности оптовых торговых предприятий.		

Тема 1.8 Организация коммерческой деятельности розничных торговых предприятий	Содержание 1. Сущность и особенности розничной торговли. Типы розничных торговых предприятий и формы розничной продажи товаров и услуг. 2. Выбор товаров и формирование товарного ассортимента розничного торгового предприятия. 3. Особенности ценообразования в розничной торговле. Современные методы контроля ассортимента товаров и складских запасов розничных торговых предприятий. Современные формы взаимодействия розничных торговых предприятий с поставщиками товаров. 4. Методы розничной продажи товаров.	2	1
Тема 1.9 Особенности организации международной торговли	1. Структура современных международных рынков. 2. Особенности международных торговых операций: правовое регулирование, субъекты, расчеты. Роль государства в регулировании международных сделок купли-продажи товаров и услуг. 3. ВТО и международная торговля. Уровень и виды рисков во внешнеэкономических операциях. Меры по снижению торговых рисков. 4. Особенности организации и исполнения международных торговых сделок.	1	2
Тема 1.10 Организация коммерческой деятельности сервисных предприятий	Содержание 1. Особенности услуг как товара, влияние этих особенностей на организацию сбыта продукции сервисных предприятий. 2. Ограничения в сбыте продукции сервисных предприятий. Виды современных услуг. Специфика сбыта деловых услуг. 3. Особенности реализации потребительских услуг. Особенности коммерции государственных и негосударственных сервисных предприятий.	1	2
Тема 1.11 Организация торговли на ярмарках, аукционах и биржах	Содержание 1. Роль выставок, ярмарок, аукционов и товарных бирж в современной коммерческой деятельности. Особенности организации ярмарочной и выставочной торговли. 2. Сущность аукционов и их роль в системе сбыта. Роль товарных бирж в организации коммерческих	1	2
	Содержание	2	2

Тема 1.11 Планирование материально-технического обеспечения	1. Сущность планирования обеспечения предприятия материальными ресурсами. 2. Долгосрочное и текущее планирование. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов.		
Тема 1.12. Организация коммерческих связей и выбор потенциального поставщика	Содержание	2	2
	1. Изучение рынка сырья и материалов. Критерии оценки выбора потенциального поставщика. Организация закупочно-договорной деятельности. Документальное оформление выдачи материалов и доставки их в цех. 2. Размещение заказов на поставку товаров на конкурсной основе		
	Практические занятия Составление предложения для участия в тендере	8	3
Тема 1.13 Организация приемки продукции по критериям качества и количества	Содержание	2	2
	1. Нормативные акты, регламентирующие порядок приемки продукции по качеству и количеству. 2. Порядок и особенности приемки продукции по количеству. 3. Порядок и особенности приемки продукции по критериям качества. Претензионные акты и исковые заявления. Особенности приемки импортных товаров. 4. Условия участия в приемке продукции представителей поставщиков.		
	Практические занятия 1. Подготовка рекламации в связи с просрочкой поставки товаров на 3 месяца и частичным несоответствием ассортимента условиям контракта. 2. Расчет совокупной суммы возмещения покупателю	6	3
Тема 1.14. Лизинг и его роль в материально-техническом обеспечении предприятия	Содержание	2	2
	1. Понятие и функции лизинга. Объекты и субъекты лизинговых отношений. Классификация лизинговых операций. Преимущества лизинга. 2. Правовое регулирование лизинговых отношений. Состав, виды и формы лизинговых платежей. Методы определения размера лизинговых платежей.		
	Практические занятия Сравнительный анализ совокупных затрат на аренду транспортных средств путем подписания лизингового соглашения и их покупку с применением банковского кредита	4	3
Тема 1.15	Содержание	2	1

Организация и планирование сбыта продукции	1. Роль сбыта продукции на предприятии. 2. Составление плана сбыта продукции. Распределение объема сбыта товаров по регионам. Организация оперативно-сбытовой работы.		
	Практические занятия Разработка долгосрочного контракта на периодические поставки продукции оптовой торговой компании	6	3
Тема 1.16 Организация торговли интеллектуальной собственностью	Содержание	2	1
	1. Сущность и структура интеллектуальной собственности. 2. Особенности интеллектуальной собственности. 3. Уступка интеллектуальной собственности. Лицензионные договоры и их виды.		
Тема 1.17 Формирование товарного ассортимента торговых предприятий	1. Понятие об ассортименте товаров и их классификация. Порядок формирования ассортимента товаров и его виды на предприятиях оптовой торговли. 2. Порядок формирования ассортимента товаров в розничных магазинах. Факторы, определяющие формирование ассортимента товаров в розничной торговле.	2	2
	Практические занятия	4	2
	Анализ полноты ассортимента товаров розничного торгового предприятия		
Тема 1.18 Организация товародвижения и торгового сервиса	Содержание	2	3
	1. Система товародвижения и ее участники. Каналы распределения товаров и организация товародвижения. 2. Многоуровневый сетевой маркетинг. 3. Особенности коммерческой деятельности предприятий в сфере сервиса.		
	Практические занятия 1. Анализ эффективности управления запасами розничного торгового предприятия	4	3
Тема 1.19 Анализ закупочной и сбытовой деятельности предприятий	Содержание	2	1
	1. Анализ качества определения потребности в материальных ресурсах. 2. Анализ выполнения договорных обязательств поставщиками. 3. Анализ затрат на закупку материальных ресурсов. Анализ выполнения договорных обязательств по поставкам продукции. 4. Анализ влияния сбытовой деятельности		
	Практические занятия	4	3
	1. Оценка эффективности деятельности поставщиков 2. Оценка рейтинга потенциальных поставщиков		
	Содержание	2	1

Тема 1.20 Стратегическое планирование коммерческой деятельности	1. Назначение и уровни стратегического планирования. 2. Типы стратегий и методика стратегического планирования. Состав и содержание стратегии фирмы. 3.		
	Практические занятия	4	3
	1. Выбор стратегии сбыта для производственного предприятия 2. Сравнительный анализ сбытовой деятельности предприятия в форме прямых и транзитных поставок		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 01.01		33	3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Формы международных коммерческих контрактов. Роль франчайзинга в сфере продвижения услуг. 2. Правовые и экономические основания для развития франчайзинга в России. Проблемы развития самостоятельных форм торговли в РФ 3. Маркетинг как инструмент оценки потребности в товарах и услугах. 4. Нормирование и оценка потребностей предприятия в материально-технических ресурсах. 5. Экспертная оценка потребностей в товарах и услугах. 6. Переговоры и их роль в организации коммерческих связей 7. Классификация лизинговых операций. 8. Изучение нормативных актов, регламентирующих приемку товаров торговыми предприятиями. 9. Преимущества лизинга. Правовое регулирование лизинговых отношений. Расчет цены лицензии. 10. Виды и формы лизинговых платежей. 11. Методы оценки потребности в товарах на потребительском рынке. 12. Сущность ассортиментной политики торговых предприятий 13. Планирование бизнес – операций и его роль в стратегическом планировании. 			
Курсовая работа Примерная тематика		18	3

<p>1 Роль информационных технологий в организации и управлении коммерческой деятельностью</p> <p>2. Организация закупок материальных ресурсов на предприятии</p> <p>3. Обеспечение товарными ресурсами предприятия розничной (оптовой) торговли</p> <p>4. Формирование коммерческих связей и путей товародвижения в оптовой торговле.</p> <p>5. Организация коммерческих сделок.</p> <p>6. Выбор поставщиков товара в коммерческой деятельности предприятия.</p> <p>7. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам и пути ее совершенствования.</p> <p>8. Организация коммерческой деятельности оптового (розничного) торгового предприятия.</p> <p>9. Управление товарными запасами в оптовой торговле.</p> <p>10. Организация оптовой продажи товаров и пути ее совершенствования.</p> <p>11. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового (розничного) торгового предприятия.</p> <p>12. Организация розничной продажи товаров и пути ее совершенствования.</p> <p>13. Стимулирование сбыта и его формы в коммерческой деятельности.</p> <p>14. Организация торгового сервиса и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.</p> <p>15. Организация электронной торговли.</p> <p>16. Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах.</p> <p>17. Коммерческая стратегия биржевой торговли на потребительском рынке России.</p>			
Консультации		16	2
Раздел 2 МДК01.02 Организация торговли		82	
Тема 2.1. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	Содержание	2	
	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Структура дисциплины, ее профессиональная значимость, межпредметные связи с правом, экономикой, маркетингом, товароведением и другими сопутствующими дисциплинами. Основные понятия: коммерция, торговля, коммерческая деятельность, товар, предпринимательство. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. Цели и задачи коммерческой деятельности в торговых организациях. Общность и различия понятий предпринимательская, коммерческая и торговая деятельность. Формы предпринимательской деятельности. Принципы коммерческой деятельности: эффективность, взаимовыгодность, взаимозаинтересованность в сбыте товаров, обеспечение единства правовых и нравственных норм. Состояние и перспективы развития торговли в России.		1
Тема 2.2.	Содержание	8	2

Организация оптовой торговли	Оптовая торговля в условиях рыночной экономики. Услуги, оказываемые оптовой торговлей. Оптовые организации, их виды, типы, функции. Оптовые структуры общенационального масштаба и регионального уровня. Независимые оптовики. Торгово-посреднические структуры. Организаторы оптового оборота. Принципы размещения предприятий оптовой торговли	4	
	Практическая работа 1. Характеристика торговых посредников и каналов сбыта	2	2
	Самостоятельная работа 1. Изучение организационно-правовых форм торговых предприятий	2	2
Тема 2.3. Склады в оптовой торговле Технология складских операций	Роль складов в процессе товародвижения. Классификация складов. Размещение складов. Структура складских помещений и площадей. Особенности устройства и планировки складов. Методика расчета потребности в складской площади.	6	1
	Классификация складов, их характеристика. Принципы размещения товарных складов. Планировка складов, их взаимосвязь. Складской технологический процесс: понятие, составные элементы. Приемка товаров на оптовом складе: правила, нормативная база, документальное оформление. Технология хранения товаров: понятие, назначение, задачи складирования. Методы и способы размещения товаров на хранение, требования к рациональному размещению товаров на складе. Контроль режима хранения товаров на складе. Организация и технология отпуска товаров со склада: операции по отпуску товаров, методы отборки. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий: понятие, цели, задачи.		1
	Складской технологический процесс. Особенности его организации и управления. Технология разгрузки транспортных средств и внутрискладского перемещения грузов. Технология приемки товаров на складе. Технология процесса складирования грузов на складе. Технология процессов комплектования партий товаров и отправки их потребителям. Механизация и автоматизация трудоемких работ		1
	Практические занятия	6	2
	1 Объемно-планировочные решения и расчет необходимой складской площади.		
	2 Проектирование складских зон грузопереработки		
3. Размещение товаров на складе	2		
2.4 Классификация	Содержание	6	1
	Розничная торговая сеть: понятие, виды, их краткая характеристика.		2

предприятий розничной торговли	Классификация предприятий розничной торговли на виды и типы: идентифицирующие признаки вида (характер торговой сети, наличие или отсутствие торгового зала, формы продажи и т.п.) и типа предприятий розничной торговли (ассортимент, торговая площадь, специализация, формы продажи и др.)		
	Характеристика магазинов различных типов по идентифицирующим признакам и ассортименту. Современные типы магазинов в России и за рубежом (гипермаркеты, магазин- склад и др.) Мелкорозничная торговая сеть: понятие, назначение, виды предприятий, специфика их деятельности		2
	Практические занятия 1. Изучение терминологического аппарата розничной торговли 2. Современная характеристика торговых предприятий 3. Изучение организационно-правовых форм предприятий, в соответствии с ГК РФ	6	
Тема 2.5. Технология товародвижения в розничной торговле	Содержание	8	
	Технология товародвижения в магазине: понятие, назначение. Торгово-технологический процесс в предприятиях розничной торговли: понятие, назначение. Структура, содержание; операции, их специфика в магазинах разных типов. Основные пути совершенствования этого процесса.	1	1
	Закупка товаров. Изучение и прогнозирование покупательского спроса	1	2
	Приемка товаров по количеству и качеству: нормативная база, организация, документальное оформление.	2	2
	Требование стандартов и технических условий к хранению товаров. Хранение товаров: стеллажное, штабельное, навалом, в подвешенном виде. Условия и правила размещения товаров к продаже в соответствии с правилами продажи. Особенности подготовки отдельных групп и видов товаров к продаже. Товарные потери. Естественная убыль, ее нормы. Требования к упаковочным материалам	1	2
	Размещение и выкладка товаров в розничных торговых предприятиях разных видов и типов. Правила размещения отделов и отдельных групп товаров в магазинах. Факторы, влияющие на размещение. Мерчандайзинг в магазине:	2	2
	понятие, назначение, приемы, размещение прилавков. Выкладка товаров: назначение, принципы и правила. Виды, способы и средства. Выкладка как один из приемов мерчандайзинга.		2
	Тара и тарные операции в магазине. Основные виды тары и тароматериалов, требования к ним. Порядок приемки, вскрытия, хранения и возврата тары	1	2

	Практические занятия	2	2
	1. Проектирование торгового предприятия 2. Решение задач по теме: «Устройство и планировка торгового зала магазина» 3. Товарное планирование 4. Изучение торгово-технологического процесса в магазине 5. Изучение видов договоров, применяемых в коммерческой деятельности 6. Правила оформления договора поставки товаров 7. Выбор поставщиков 8. Определение прогнозного размера заказа по месяцам 9. Ситуационные задачи по приемке товаров на складе по количеству и качеству 10. Расчет товарных потерь при хранении товаров 11. Изучение ассортимента тары и укупорочных средств		
Тема 2.6. Методы управления ассортиментом	Содержание	8	1
	Формирование ассортиментной политики в сфере торговли Понятие ассортимента товаров функции управления ассортиментом организации Методы управления ассортиментом	4	
	Практические занятия	4	2
	Проведение анализа товарной категории, оценка эффективности товарной категории	2	
	Проведение XYZ-анализа товарной категории	2	2
Тема 2.7. Торговое обслуживание	Содержание	2	
	Торговое обслуживание покупателей: основные понятия, назначение, формы, правовая база. Качество и культура торгового обслуживания: понятие, показатели. Технология продажи товаров при разных формах обслуживания. Магазинные формы розничной продажи товаров, их краткая характеристика, основные элементы процесса продажи: изучение и установление спроса, демонстрация товаров, оказание помощи потребителю при выборе, консультации продавцом, предложения сопутствующих товаров, отпуск товаров и расчеты с покупателями. Технология расчетов с покупателями, ее специфика при каждой форме продаж. Внемагазинные формы торгового обслуживания: понятие, назначение, их краткая характеристика		1

	Правила торговли: нормативная база, виды и структура документов. Информационное обеспечение торговой деятельности, регламентируемое правилами продажи. Требования к информации о продавце (к вывескам, режиму работы и т.п.), реализуемых товарах (их ассортименту, упаковке, способам подтверждения соответствия и т.п.) и оказываемых услугах. Ценники: понятие, назначение, виды, обязательные требования к ним, основная и дополнительная информация на них, возможности формирования потребительских предпочтений с помощью ценников. Товарные чеки: понятие, назначение, виды товаров, на которые они выписываются.		2
	Качество торгового обслуживания: понятие, показатели качества услуг. Методы оценки качества торговых услуг		2
	Особенности правил продажи отдельных видов товаров; подготовки к продаже, отпуску, при необходимости к способам измерения.		2
	Практические занятия	4	2
	Изучение услуг розничной торговли Оценка качества торговой услуги	2 2	2
Тема 2.8 Правила торговли	Содержание	3	1
	Правила торговли: нормативная база, виды и структура документов. Информационное обеспечение торговой деятельности, регламентируемое правилами продажи. Требования к информации о продавце (к вывескам, режиму работы и т.п.), реализуемых товарах (их ассортименту, упаковке, способам подтверждения соответствия и т.п.) и оказываемых услугах. Ценники: понятие, назначение, виды, обязательные требования к ним, основная и дополнительная информация на них, возможности формирования потребительских предпочтений с помощью ценников. Товарные чеки: понятие, назначение, виды товаров, на которые они выписываются. Особенности правил продажи отдельных видов товаров; подготовки к продаже, отпуску, при необходимости к способам измерения. Правила продажи по образцам: назначение, сфера применения, особенности реализации товаров по образцам в торговом зале магазина и методом личных продаж. Примерные правила работы розничных торговых предприятий 3 Защита прав потребителей. Обязанности продавца и права потребителей по ФЗ «О защите прав потребителей».	2	2

	Практические занятия. 1. Решение торговых ситуаций, возникающих в процессе продажи товаров и обслуживания покупателей. 2. Решение ситуаций, возникающих в процессе обмена товаров в магазине	1	2
Самостоятельная работа	Систематическая проработка конспектов занятий, основной и дополнительной литературы Написать эссе на тему «Розничная торговля в моем городе». Разработать кроссворд по предложенной преподавателем темы. Подготовка доклада: «Тенденции развития розничной торговли Приморского края» Микроисследование "Изучение торговой сети" Микроисследование «Мерчандайзинг торгового предприятия города Владивостока» Изучение Правил розничной торговли и защиты прав потребителей	29	2
Консультации		8	1
Раздел 3			
МДК.01.03 Техническое оснащение торговых организаций охрана труда		48	
Тема 3.1. Введение. Предмет курса. Товародвижение	Содержание	1	
	Актуальность и возрастающее значение курса в современных условиях. Развитие материально-технической базы торговли в условиях рыночных отношений. Научно-технический прогресс и его влияние на развитие торговли.		1
	Товародвижение. Составляющие процесса товародвижения. Условия оптимизации процесса товародвижения. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессах.		2
Тема 3.2. Классификация торгового оборудования	Содержание	1	
	Классификация и краткая характеристика оборудования оптовых складов. Классификация и краткая характеристика оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций.		2
	Классификация и краткая характеристика оборудования для розничной торговли.		2
	Практические занятия		2
		16	2

	Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.		
Тема 3.3. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле	Содержание	1	
	Понятие механизации и автоматизации. Комплексная механизация. Основные факторы, учитываемые при разработке схем механизации. Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли. Цели и основные этапы механизации и автоматизации. Стадии механизации и автоматизации процессов товародвижения.		2
	Типовые варианты схем механизации предприятий оптовой торговли. Механизация и автоматизация магазинов.		2
	Содержание	1	
Тема 3.4. Фасовочно-упаковочное оборудование	Правила эксплуатации фасовочно-упаковочного оборудования и техника безопасности. Условия бесперебойной работы.		2
	Примеры фасовочно-упаковочного оборудования: установки для упаковки жидких, пастообразных, труднотекучих пищевых продуктов в банки, бутылки, стаканчики, тетрапакеты; установки для упаковки непродовольственных товаров. Критерии выбора оборудования для конкретных условий		2
Тема 3.5. Тара-оборудование	Содержание	1	
	Требования к таре-оборудованию. Достоинства использования тары-оборудования в процессе товародвижения.		2
	Основные виды тары-оборудования, их краткая характеристика. Сравнительные преимущества, недостатки и предпочтительные сферы применения различных видов тары-оборудования.		2
Тема 3.6. Подъемно-транспортное оборудование	Содержание	2	
	Роль и назначение подъемно-транспортного оборудования при выполнении погрузочно-разгрузочных работ и перемещении грузов в технологических процессах торговых предприятий.		2
	Виды подъемно-транспортного оборудования. Их функциональное назначение, классификация, основные характеристики. Правила охраны труда при эксплуатации подъемно-транспортного оборудования		2

	Тележки. Электро- и автопогрузчики. Условия эффективной эксплуатации подъемно-транспортного оборудования. Особенности выбора и определение потребности. Грузоподъемные машины. Роль и назначение грузоподъемных машин при перемещении товаров на предприятиях розничной и оптовой торговли. Классификация грузоподъемных машин и особенности их применения.		2
	Электрические лебедки, электротали, лифты, подъемники, краны. Функциональное назначение, основные характеристики, принципиальное устройство и предпочтительные области применения.		2
Тема 3.7. Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров	Содержание	1	
	Технические средства и технологическое оборудование для хранения различных товаров.		2
	Понятие и роль стандартизации и унификации технических средств в комплексной механизации оптовых предприятий. Основные направления механизации погрузочно-разгрузочных работ на предприятиях торговли		2
Тема 3.8. Холодильное оборудование.	Содержание	1	
	Сущность и задачи технологии хранения товаров в процессе «поставщик - транспорт-торговля». Способы охлаждения. Машинное охлаждение.		2
	Принципиальное устройство и работа холодильного агрегата. Особенности использования различных хладагентов в современных условиях.		2
	Классификация торгового холодильного оборудования. Основные виды и правила эксплуатации холодильного оборудования. Сервисное обслуживание торгового холодильного оборудования.		2
Тема 3.9. Торговое измерительное оборудование	Содержание	1	
	Классификация и краткая характеристика весоизмерительных приборов. Маркировка торговых весов. Весы платформенные (передвижные), стационарные, автомобильные, вагонные. Их функциональное назначение, основные параметры, принципиальное устройство и особенности применения. Метрологические и эксплуатационные требования к весам. Правила эксплуатации весов.		2
	Прогрессивные виды весоизмерительного оборудования (электронные, автоматизированные расчетно-кассовые комплексы и другие), особенности их применения.		2
Тема 3.10.	Содержание	2	

Маркировочное и этикетировочное оборудование	Значение маркировки товаров. Механические и электронные маркираторы. Диспенсеры. Этикет-пистолеты для печати штрих-кода. Этикетировочные аппараты для защиты товаров от подделок. Функциональное назначение, основные параметры, принципиальное устройство и особенности применения различных видов маркировочного и этикетировочного оборудования.		2
Тема 3.11. Торговая мебель. Торговый инвентарь	Содержание	2	
	Назначение и классификация торговой мебели, применяемой на торговых предприятиях для транспортировки, хранения, подготовки товаров к продаже, выкладки и продажи товаров, а также для дополнительного обслуживания. Требования к торговой мебели: эксплуатационно-технические, эргономические, эстетические, санитарно-технические. Стандартизация, типизация и унификация торговой мебели.		2
	Назначение и классификация торгового инвентаря, применяемого в торговых залах магазинов для размещения, выкладки и продажи товаров. Инвентарь для приемки, подготовки и хранения товаров. Санитарно-гигиенический и противопожарный инвентарь. Роль унификации торгового инвентаря в механизации технологических процессов в магазине. Техника безопасности при эксплуатации торгового инвентаря.		2
	Практические занятия	16	
	Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами.		2
	Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами.		2
	Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли.		3
Тема 3.12. Оборудование для защиты от несанкционированного выноса товаров	Содержание	1	
	Способы охраны объектов. Радиоэлектронные системы сигнализации. Деактивируемые и неактивируемые датчики. Системы сигнализации - оповещения. Системы слежения.		2
	Требования, предъявляемые к оборудованию. Экономическая целесообразность применения оборудования для защиты от несанкционированного		2
Тема 3.13. Охрана труда	Содержание	1	
	Правила охраны труда при эксплуатации торгового оборудования		2
Консультации		6	3

Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.03		18	2
<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ оборудования предприятия оптовой торговли (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащённости. 2. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях. 3. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях. 5. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия и по источнику энергии. 6. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций и по консистенции товаров. 7. Назначение тары-оборудования. 8. Анализ оборудования склада-магазина (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащённости. 9. Анализ оборудования магазина продовольственных товаров (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащённости. 10. Эксплуатационно-технические и санитарно-гигиенические требования к торговой мебели. Эргономические и эстетические требования к торговой мебели. 11. Изучение новейшего торгового оборудования на предприятии, осуществляющем его продажу. 			
МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах		68	
Тема 4.1 Понятие и классификация ярмарок, выставок, аукционов	Содержание	3	1
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация ярмарок и выставок. 2. Организаторы выставочно-ярмарочных мероприятий. 3. Классификация аукционов. 		
	Практические занятия	4	3
	Изучение особенностей организации проведения всероссийских, зональных и региональных ярмарок. международных,		
Тема 4.2 Организация торговли на ярмарках, аукционах и биржах	Содержание	4	2
	1. Особенности организации ярмарочной и выставочной торговли Сущность аукционов и товарных бирж их роль в системе сбыта.		
	Практические занятия	3	3
	Роль выставок, ярмарок, аукционов в современной коммерческой деятельности.		
	Роль товарных бирж в организации коммерческих процессов.		

Тема 4.3 Основные этапы подготовки к выставкам, ярмаркам, аукционам	Содержание	2	1
	1 Этап определения целей; этап подготовки участия; стадия работы ярмарки выставки, аукциона; послеярмарочная (послевыставочная) деятельность.		
	Практические занятия	4	2
	Виды и условия проведения ярмарок, организаторы и участники ярмарок. Видызаключаемых сделок и назначение ярмарок в осуществлении коммерческой работы предприятий.		
Тема 4.4 Организация и управление коммерческой деятельностью на товарныхбиржах	Содержание	4	2
	Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Организация торговых операций набирже. Сущность и виды торгов. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок проведения аукционов.		
	Практические занятия	2	3
	Основные этапы организации биржевой и выставочной торговли		
Тема 4.5 Сущность биржевойторговли	Содержание	4	2
	Товарная биржа и ее функции. Виды и цели биржевых сделок. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующегося рынка.		1
	Практические занятия	4	2
	Порядок создания товарной биржи, и ее структура Организация торговых операций на бирже. Виды биржевых сделок		
Тема4.6 Организация торговлина товарных биржах	Содержание	4	2
	Структура управления товарными биржами. Участники биржевых торгов. Лицензирование биржевой деятельности. Влияние рисков на биржевуюдеятельность. Порядок ведения торгов. Понятие биржевого товара. Содержание биржевой сделки.		
	Практические занятия	4	3
	Понятие о сделках и договорах, их классификация, порядок заключения, изменении и расторжение договора Виды договоров, применяемых в коммерческой		

	деятельности.		
Тема 4.7 Организация прогрессивных форм торговли на выставках, ярмарках и аукционах	Содержание	4	1
	1. Сущность и значение закупочной работы. Особенности договора поставки, порядка его заключения, изменения и расторжения. Структура и содержание договора поставки 2. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках		
	Практические занятия	3	3
	Характеристика совершенствования современной торговли по следующим критериям: – совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли; – широкое применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков; – электронизация торговых операций; – внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания; – автоматизация процессов продажи товаров.		
Тема 4.8 Оценка деятельности конкретной ярмарки	Содержание	2	2
	1. Показатели эффективности ярмарочных мероприятий. 2. Статистические показатели ярмарочных мероприятий. 3. Анализ целей предприятия-участника ярмарочных мероприятий		
	Практические занятия	3	2
	Оценка эффективности ярмарочных мероприятий		
Тема 4.9 Оценка деятельности конкретной выставки	Содержание	3	2
	Показатели эффективности выставочных мероприятий. Анализ целей предприятия-участника выставочных мероприятий.		
	Практические занятия	4	3
	Оценка эффективности выставочных мероприятий		
Тема 4.10 Оценка деятельности работы конкретного аукциона	Содержание	4	2
	1. Показатели эффективности аукционных мероприятий. Статистические показатели аукционных мероприятий. 2. Анализ целей предприятия-участника аукционных мероприятий.		
	Практические занятия	3	3
	1. Оценка эффективности аукционных мероприятий.		

Консультации		6	3
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 01.04		28	3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль закона РФ «О защите потребителей» в регулировании розничных торговых операций. 2. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности в России 3. Возрождение ярмарочной торговли в России. 4. Назовите основные источники доходов от проведения ярмарочной торговли. 5. Документы, оформляемые участниками ярмарки при продаже и закупке товаров. 6. Преимущества закупки товаров на ярмарке, порядок заключения договоров на ярмарке. 7. Участие РФ в современных международных выставках 8. Участие РФ в современных международных ярмарках 9. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения. 10. Сущность, роль и развитие биржевой торговли 11. Определение статуса товарной биржи как типа организации 12. Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. 13. Организация продажи товаров на оптовых рынках 			
Производственная практика (по профилю специальности) практика, Виды работ		72	3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках. 2. Участие в составлении договора поставки. 3. Изучение порядка заключения договора поставки 4. Участие в изменении и расторжении договора. 5. Работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли 			
Экзамен по модулю			
Итого		520	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинетов: «Междисциплинарных курсов», «Технического оснащения торговых организаций» библиотеки и читального зала с выходом в Интернет.

Наличие мастерских:

- Учебный магазин

Мультимедийный комплект (проектор CASIO XJ-V2, экран LUMIEN Eco Picture) – 1 шт., доска подкатная - 1 шт., парта ученическая двойная - 15 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 31 шт.

- Учебный склад.

Мультимедийный комплект (проектор CASIO XJ-V2, экран LUMIEN Eco Picture) – 1 шт., доска подкатная - 1 шт., парта ученическая двойная - 15 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 31 шт.

Наличие лабораторий:

- Технического оснащения торговых организаций.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

Учебные двойные парты - 13 шт., стулья - 26 шт., стол и стул для преподавателя по 1 шт., проектор FullHD - 1 шт., экран - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., шкафы для хранения учебно-наглядных пособий - 2 шт., торговый прилавок для учебно-наглядных пособий - 1 шт., трибуна - 1 шт., вешалка - 1 шт.

Наличие залов: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет; актовый зал.

3.2 Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основные источники:

1. Дорман В. Н. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 134 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-02383-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/492184>

2. Коммерческая логистика : учебное пособие / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 259 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015895-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2015306> Яковлев, Г. А.

3. Жулидов, С. И. Организация торговли : учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1914576>

4. Коммерция (по отраслям) : учебное пособие / С.И. Жулидов, Н.В. Матырская, Г.А. Катюхина, О.В. Плохова, И.В. Шатилова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 209 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1200567. - ISBN 978-5-16-016628-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1200567>

5. Гайворонский, К. Я. Технологическое оборудование предприятий общественного питания и торговли : учебник / К.Я. Гайворонский, Н.Г. Щеглов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 469 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1059379. - ISBN 978-5-16-017316-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2029891>

Дополнительные источники:

1. Иванов Г.Г., Экономика торговой организации: Учебник / Иванов Г.Г. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 182 с.: - (СПО). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=375877>.
2. Жулидов С.И., Организация торговли: Учебник/Жулидов С.И. – Москва: Издательский дом Форум, 2023 -350. – СПО.- 978-5-8199-0842-6- Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=42045>
3. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021 – 148 с. - ISBN 978-5-394-04187-7- Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=371138>

Законы и нормативные документы РФ в действующих редакциях

1. Федеральный закон от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ "О применении контрольно- кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации". С изменениями и дополнениями от: 3 июня, 17 июля 2009 г., 27 июля 2010 г., 27 июня 2011 г., 25 июня 2012 г., 7 мая, 2 июля, 25 ноября 2013 г., 5 мая 2014 г., 8 марта 2015 г., 3 июля 2016 г., 31 декабря 2017 г., 3 июля, 27 ноября, 25 декабря 2018 г., 6 июня, 26 июля 2019 г.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 1 от 30.11.1994. № 51-ФЗ [принят ГД ФС РФ 21.10.1994 г.] // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 2 от 26.01.1996.
4. №14-ФЗ [принят ГД ФС РФ 22.12.1995 г.] // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст.410.
5. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей: федер. закон: [принят Верховным Советом Российской Федерации 07 февраля 1992 г.] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 2300-1– ФЗ. – Новосибирск: Сиб. Унив. Изд- во, 2010. – 32 с.
6. Российская Федерация. Законы. О техническом регулировании: федер. закон: [Принят Государственной Думой 15 декабря 2002 года] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 184 – ФЗ от 27.12.2002 г. – М.: Омега-Л. – 66 с.
7. Постановление Правительства РФ Правила продажи товаров по образцам от 21.07.1997 19.01.1998г. № 918. -14с.
8. Правила продажи отдельных видов товаров. Перечни товаров. - М.: А-Приор, 2009.- 32с.
9. Санитарные правила для предприятий торговли. – М.:ИНФРА-М, 2009 – 43с.
10. СП 2.3.6.1066-01 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 6 сентября 2001 г. – М.: Минздрав России, 2001. – 36с.
12. ГОСТ Р 55888-2013 Услуги розничной торговли. Система менеджмента безопасности пищевых продуктов. Рекомендации по применению ГОСТ Р ИСО 22000-2007 для сферы розничной торговли. – М.: Стандартинформ, 2015. – 46 с.
13. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. – М.: Стандартинформ, 2010. – 20 с.
14. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. – М.: Стандартинформ, 2014. – 40 с.
15. ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. – М.: Стандартинформ, 2008. – 43 с.

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система znanium.com
2. «Гарант» – справочно-правовая система - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.park.ru>.3 «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>.
3. Информационно-правовая система «Кодекс» - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kodeks.net>.
4. Роспотребнадзор - Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://25.rospotrebnadzor.ru/>
5. Союз потребителей России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://souz-potrebiteley.ru/>
6. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>
7. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www. rbc. ru](http://www.rbc.ru)

3.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» производится в соответствии с учебным планом по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и календарным графиком. Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий.

График освоения ПМ предполагает последовательное освоение МДК 01.01 «Организация коммерческой деятельности», МДК 01.02 «Организация торговли», МДК 01.03 «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда», МДК 01.04 «Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах», включающих в себя как теоретические, так и практические занятия.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп.

При проведении практических занятий деление группы студентов на подгруппы не предусмотрено.

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ каждым преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации.

Текущий учет результатов освоения ПМ производится при наличии оценок по ЛПР и рубежному контролю является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛПР и ТРК студент не допускается до сдачи квалификационного экзамена по ПМ.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

4.1 Результаты освоения общих компетенций

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи	Текущий контроль. Тестирование. контрольная работа
ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию	Работа на контрольно-кассовой машине Создание мультимедийных презентаций.
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности - применять современную научную профессиональную терминологию	Выполнение групповых и индивидуальных творческих заданий.
ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	

4.2 Конкретизация результатов освоения ПМ

ПК 1.1 Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> Заполнение договоров с деловыми партнёрами Для дефектовки товаров (с целью последующего предъявления претензии и санкции) использовать современное контрольно-диагностическое торговое оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ</i> 1. Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли. 2. Составить договор поставки товаров
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> 1. Организация коммерческих связей и выбор потенциального поставщика 2. Правила торговли
ПК 1.2 На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> При управлении товарными запасами и потоками использовать современное подъемно-транспортное оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> 1. Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами 2. Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Механизацию и автоматизацию технологических процессов в торговле. Подъемно-транспортное оборудование. Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров.
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Анализ оборудования предприятия оптовой торговли (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
ПК 1.3 Принимать товары по количеству и качеству	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> При приемке товаров использовать современное торговое оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ</i> Изучение правил приемки товаров по количеству и качеству Изучение инструкций по приемке продовольственных и непродовольственных товаров
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Правила приёмки товаров по количеству и качеству Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров. Торговое измерительное оборудование.
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях Торгово-технологические схемы приемки и размещения товаров
ПК 1.4 Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли	

Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> При идентификации вида, класса и типа организаций розничной и оптовой торговли оценивать состояние торгового оборудования
Уметь:	Тематика практических работ 1. Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Товародвижение. Классификация торговых предприятий. Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров.
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях
ПК 1.5 Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	
Иметь практический опыт:	При оказании основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли использовать современное торговое оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ.</i> Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами.
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Подъемно-транспортное оборудование. Холодильное оборудование. Маркировочное и этикетировочное оборудование
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Анализ оборудования магазина продовольственных товаров (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности
ПК 1.6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> При подготовке организации к добровольной сертификации услуг использовать современное торговое оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Торговое измерительное оборудование
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Сравнительные достоинства, недостатки и предпочтительные сферы применения различных типов весов. Выбор типа весов для заданных условий работы.
ПК 1.7 Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	
Иметь практический опыт:	При осуществлении коммерческих процессов торгового предприятия применять методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> Использовать схемы делового общения с партнёрами и клиентами торгового предприятия
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Приемы делового общения, маркетинговых коммуникаций при разработке коммерческих предложений

Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Теория менеджмента организации
ПК 1.8 Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы	
Иметь практический опыт:	При определении показателей коммерческой деятельности торгового предприятия использовать возможности программного обеспечения современных контрольно-кассовых машин
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> Проводить расчеты с использованием статических показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Экономико-статистические методы анализа основных экономических показателей деятельности предприятия
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Расчет экономических показателей деятельности торгового предприятия
ПК 1.9 Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> Для обеспечения рационального перемещения материальных потоков использовать современное подъемно-транспортное оборудование
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> Применять логистические системы для оптимизации перемещения материальных потоков Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.
Знать:	<i>Перечень тем, включенных в МДК:</i> Классификация торгового оборудования. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле. Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров.
Самостоятельная работа	<i>Тематика самостоятельной работы:</i> Различные виды тары-оборудования
ПК 1.10 Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование	
Иметь практический опыт:	<i>Виды работ на практике:</i> работать на контрольно-кассовой технике; весах, сканерах, этикетировочном оборудовании и оборудовании для защиты от несанкционированного выноса товаров, холодильном оборудовании
Уметь:	<i>Тематика практических работ:</i> 1. Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли. 2. Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами. 3. Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами. 4. Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли

Знать:	<p><i>Перечень тем, включенных в МДК:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация торгового оборудования. 2. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле. 3. Фасовочно-упаковочное оборудование. 4. Тара-оборудование. 5. Подъемно-транспортное оборудование. 6. Технические средства и технологическое оборудование для хранения товаров. 7. Холодильное оборудование. 8. Торговое измерительное оборудование. 9. Маркировочное и этикетировочное оборудование. 10. Торговая мебель. Торговый инвентарь. 11. Оборудование для защиты от несанкционированного выноса товаров. 12. Охрана труда
Самостоятельная работа	<p><i>Тематика самостоятельной работы:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия и по источнику энергии. 2. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций и по консистенции товаров. 3. Эксплуатационно-технические и санитарно-гигиенические требования к торговой мебели. Эргономические и эстетические требования к торговой мебели.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
*ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой
деятельностью»*
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Форма обучения: *очное*

Владивосток 2023

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.

КОС разработаны на основании:

- основной образовательной программы СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям);
- рабочей программы профессионального модуля ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»

Формой промежуточной аттестации является экзамен по модулю.

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по профессиональному модулю.

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК1 ОК2 ОК3 ОК4	31	составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности
	32	государственное регулирование коммерческой деятельности
	33	инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ПК 1.8 ПК 1.9 ПК 1.10	34	организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию
	35	услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные; правила торговли
	36	классификацию торгового-технологического оборудования, правила его эксплуатации
	37	организационные и правовые нормы охраны труда
	38	причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении
	39	технику безопасности условий труда, пожарную безопасность
	У1	устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение
	У2	управлять товарными запасами и потоками
	У3	обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству
	У4	оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли
	У5	устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли
	У6	эксплуатировать торгового-технологического оборудование
	У7	применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику

	П1	приемки товаров по количеству и качеству
	П2	составления договоров
	П3	установления коммерческих связей
	П4	соблюдения правил торговли
	П5	выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации
	П6	эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Раздел (модуль) 1				
МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности				
Тема 1.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	31	составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.2 Информационно обеспечение коммерческой деятельности предприятий	33	инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.3 Характеристика и структура субъектов коммерческой деятельности	34	организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Тема 1.4 Формы сотрудничества предприятий в сфере производства	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5,</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>

и товарообмена	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>задание 1)</i>	
Тема 1.5 Структура коммерческой деятельности	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.6 Особенности организации и управления коммерческой деятельностью промышленных предприятий	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли Способность составлять логики		
Тема 1.7 Особенности организации и управления коммерческо й деятельность ю предприятий оптовойторговли	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	У5	Способность управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.8 Организация коммерческой	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос</i>	

деятельности розничных торговых предприятий	ПЗ	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.9 Особенности организации международной торговли	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	35	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли		
	П2	Способность составлять договоры		
Тема 1.10 Организация коммерческой деятельности сервисных предприятий	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.11 Организация торговли на ярмарках, аукционах и биржах	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.12 Планирование материально-технического обеспечения	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		

Тема 1.13. Организация коммерческих связей и выбор потенциального поставщика	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1))⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		
Тема 1.14 Организация приемки продукции по критериям качества и количества	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1))⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1))⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.15. Лизинг и его роль в материально-техническом обеспечении предприятия	31	Способность понимать составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1))⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.16 Организация и планирование сбыта	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>

продукции	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	
Тема 1.17 Организация торговли интеллектуальной собственностью	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	
Тема 1.18 Формирование товарного ассортимента торговых предприятий		Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	
Тема 1.19 Организация товародвижения и торгового сервиса	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		

	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		
	П4	Способность соблюдения правил торговли		
Тема 1.20 Анализ закупочной и сбытовой деятельности предприятий	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
Тема 1.21 Стратегическое планирование коммерческой деятельности	У3	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Устный опрос Самостоятельная работа (п.5.5, задание (п. 5.1)⁵ 1</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i>
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		
	П4	Способность соблюдения правил торговли		
	33	Способность понимать инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции		
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		
	П3	Способность соблюдения правил торговли		
МДК 01.02 Организация торговли				

Тема 2.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 1)</i>	<i>Тестовые задания(п.6.1)</i>
Тема 2.2 Организация оптовой торговли	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 2,3)</i>	<i>Тестовые задания(п.6.1)</i>
	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли		
Тема 2.3 Склады в оптовой торговле Технология складских операций	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п.6.1)</i>
Тема 2.4 Классификация предприятий розничной торговли СРС к теме 2.4	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.5, задание 4)</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1) Реферат (п.6.5)</i>
	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		
	П4	Способность соблюдения правил торговли		

Тема 2.5 Технология товародвижения в розничной торговле	35	Способность определять услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные; правила торговли	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	У4	Способность оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов	<i>Самостоятельная работа (п.5.5, задание 5)</i>	
Тема 2.6 Методы управления ассортиментом	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	У2	управлять товарными запасами и потоками		
Тема 2.7 Торговое обслуживание	У4	Способность оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов,	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Тема 2.8 Правила торговли	П4	соблюдения правил торговли	<i>Устный опрос (п.5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Раздел 3. МДК 01.03				
Тема 3.1. Введение. Предмет курса. Товародвижение.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Тема 3.2. Классификация торгового оборудования	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>

Тема 3.3. Механизация автоматизация технологических процессов в торговле.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
Тема 3.4. Фасовочно-упаковочное оборудование.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
Тема 3.5. Тара-оборудование.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		

	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.6. Подъемно-транспортное оборудование.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	38	Способность устанавливать причины возникновения, предусматривать способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимать меры при их возникновении		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		

	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.7. Техническиесредства и технологическое оборудование для хранения товаров.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	38	Способность устанавливать причины возникновения, предусматривать способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимать меры при их возникновении		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила		

Тема 3.8. Холодильное оборудование		его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.9. Торговое измерительное оборудование.		Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.10. Маркировочное и этикетировочное		Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>

оборудование	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.11. Торговая мебель. Торговый инвентарь.	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда		
	38	Способность устанавливать причины возникновения, предусматривать способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимать меры при их возникновении		
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		

	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.12. Оборудование для защиты от несанкционированного выноса товаров	36	Способность представлять классификацию торгово-технологического оборудования, соблюдать правила его эксплуатации	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	У6	Способность эксплуатировать торгово-технологическое оборудование		
	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда		
Тема 3.13.Охрана труда	37	Способность соблюдать организационные и правовые нормы охраны труда	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	38	Способность устанавливать причины возникновения, предусматривать способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимать меры при их возникновении		
	39	Способность соблюдать технику безопасности условий труда, пожарную безопасность		

	У7	Способность применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику		
МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах				
Тема 4.1 Понятие и классификация ярмарок, выставок, аукционов	31	Способность определять составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п.6.1)
Тема 4.2 Организация торговли на ярмарках, аукционах и биржах	32	Способность определять государственное регулирование коммерческой деятельности	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п. 6.1)
	У1	устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п. 6.1)
	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли		
Тема 4.3 Основные этапы подготовки к выставкам, ярмаркам, аукционам	34	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	Устный опрос (п.	Тестовые задания

Тема 4.4 Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах	З4	Способность представлять организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию	5.1) ⁵	(п.6.1)
	У4	Способность оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п.6.1)
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п. 6.1)
	П2	Способность составления договоров		
Тема 4.5 Сущность биржевой торговли.	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п.6.1)
Тема 4.6 Организация торговли на товарных биржах.	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	Устный опрос (п. 5.1) ⁵	Тестовые задания (п.6.1)
	П2	Способность составления договоров		

	ПЗ	установления коммерческих связей		
Тема 4.7 Организация прогрессивных форм торговли на выставках, ярмарках и аукционах.	УЗ	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
	ПЗ	Способность установления коммерческих связей		
	П2	Способность составления договоров		
Тема 4.8 Оценка деятельности работы конкретной ярмарки.	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Тема 4.9 Оценка деятельности работы конкретной выставки.	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>
Тема 4.10 Оценка деятельности работы конкретного аукциона.	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п.6.1)</i>

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1. МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности				
Тема 1.6 Практическое занятие 1.	31	Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	32	Государственное регулирование коммерческой деятельности		
Тема 1.12 Практическое занятие	32	Государственное регулирование коммерческой деятельности	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		

Тема 1.13 Практическое занятие	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.14 Практическое занятие	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.15 Практическое занятие	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству продукции оптовой торговой компании	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.17 Практическое занятие	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству продукции оптовой торговой компании	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.18 Практическое занятие	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.19 Практическое занятие	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптово	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Практическое занятие	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству продукции оптовой торговой компании	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 1.20 Практическое занятие	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству продукции оптовой торговой компании	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	П3	Способность установления коммерческих связей	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>

Раздел 1. МДК 01.02 Организация торговли

Тема 2.2 Практическое занятие 1 Практическое занятие 2 Практическое занятие 3	У5	Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 2.3 Практическое занятие 4 Практическое занятие 5 Практическое занятие 6		Способность устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	П5	Способность выполнять технологические операции по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации		

Тема 2.4 Практическое занятие 7 Практическое занятие 8 Практическое занятие 9 Практическое занятие 10 Практическое занятие 11 Практическое занятие 12	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Расчетно-графическая работа 1,2</i> <i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У1	Способность устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение		
	У3	Способность обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству		
	З4	Способность разрабатывать Технологические процессы товародвижения		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У3	Способность применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта		
	У4	Способность рассчитывать показатели ассортимента;		
	П2	Способность выявлять потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.5 Практическое занятие 13 Практическое занятие 14 Практическое занятие 15	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У4	Способность рассчитывать показатели ассортимента;		
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
	П2	Способность выявлять потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.6 Практическое занятие 16 Практическое занятие 17 Практическое занятие 18	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации	<i>Письменное задание № 19,20,</i> <i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i> <i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	П5	Способность размещать товары		
Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда				

Тема 3.2 Практическое занятие 1	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда	<i>Письменный отчет по практической работе Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы к контрольной работе (п. 6.2)</i>
Тема 3.11 Практическое занятие 2 Практическое занятие 3 Практическое занятие 4	П6	Способность выполнять правила эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда	<i>Письменный отчет по практической работе Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Защита отчетапо выполненую итогового задания</i>
<i>МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах</i>				
Тема 4.1 Практическое занятие 1.	У1	Устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.3 Практическое занятие 2	У1	Устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.4 Практическое занятие 3	У3	Обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.5 Практическое занятие 4	У3	Обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема4.6 Практическое занятие 5	П2	Способность составления договоров	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Практическое занятие 6	У1	Способность устанавливать коммерческиесвязи, заключать договора и контролировать их выполнение	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.7 Практическое занятие 7	У4	Способность оказыватьуслуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.8 Практическое занятие 8	П3	Способность установления коммерческихсвязей	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>

Тема 4.9 Практическое занятие 9	ПЗ	Способность установления коммерческих связей	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 4.10 Практическое занятие 10	ПЗ	Способность установления коммерческих связей	<i>Письменный отчет по практическим работам</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>

4 Описание процедуры оценивания

Уровень образовательных достижений обучающихся по дисциплине оценивается по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: *собеседование*.)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

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

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: *расчетно-графическая работа, письменный отчет по практической работе, письменный отчет по лабораторной работе, курсовая работа*).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы

обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и \geq	от 76% до 90,9 %	не менее 61%	менее 61%

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

(оценочные средства: устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, выполнение практических заданий, решение кейс-задач.)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
«отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

«удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

Раздел 1. МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Организационно-правовые формы юридических лиц.
2. Объекты и субъекты коммерческой деятельности.
3. Формы бизнеса.
4. Понятие договора, структура, порядок заключения, изменение, расторжение договора. Виды коммерческих договоров.
5. Виды условий договора.
6. Какие договоры признаются публичными
7. Что является предметом договора контрактации?
8. Биржи как элемент инфраструктуры коммерческой деятельности

9. Аукционы - элемент инфраструктуры коммерческой деятельности
10. Правовое регулирование коммерческой деятельности.
11. Порядок обмена товаров
12. Что такое оферта?
13. Акцепт понятие, суть?
14. Этапы торгово-технологического процесса в магазине.
15. Порядок приемки товара по количеству и качеству.
16. Функции оптовой торговли.
17. Что является предметом договора лизинга?
18. В чем заключается суть факторинга?
19. Что такое франчайзинг?
20. Методы продажи оптовой и розничной торговли.
21. Формы товароснабжения.
22. Склады: понятие и классификация.
23. Что такое претензия?
24. Типы посредников.
25. Что означает утверждение "Все участники экономической коммерческой деятельности считаются изначально свободными"?
26. Какая форма расчетов наиболее широко используется в международном экономическом обороте?
27. В какой форме в соответствии с российским законодательством должны совершаться внешнеэкономические сделки?
Как называется система сбыта организации (предприятия), при которой продажа товара потребителю осуществляется с использованием одного двух посредников
28. Как называется система сбыта организации (предприятия), при которой продажа товара осуществляется непосредственно потребителю?
29. Какая составляющая контракта является наиболее важной?
30. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике.
31. Средства индивидуальной защиты, их возможности .
32. Вредные для здоровья физические, производственные факторы.
33. Классификация видов горения.
34. Средства и способы тушения пожаров.
35. Понятие о травме, несчастном случае, профессиональном заболевании.
36. Основные виды контроля по охране труда на предприятии.
37. Освещение производственных помещений .
38. Правила оказания первой помощи при отравлении.
39. Мебель для торговых организаций: назначение и классификация
40. Классификация торгового оборудования по обобщающим признакам и функциональному назначению.
41. Роль технического оснащения в улучшении культуры обслуживания
42. Основные направления научно-технического прогресса в современной торговле
43. Тарифные и нетарифные методы регулирования внешней торговли относятся
44. Как называется действие полного запрета на ввоз товара?
45. Как называется вывоз за границу ранее ввезенного товара, не подвергнувшегося какой-либо переработке в данной стране.
46. Признаки международной коммерческой сделки.
47. Какой орган осуществляет контроль за соблюдением разрешительного порядка перемещения товара через границу?
48. Какие обстоятельства могут являться форс-мажором:
49. Где обычно рассматриваются споры по внешнеторговым контрактам
50. Что определяют базисные условия поставки в контракте ?
51. Что предполагают базисные условия CIF ?

52. Как называется документ, содержащий условия договора морской перевозки и определяющий взаимоотношения перевозчика и грузовладельца в процессе транспортировки?

53. Как называется экономическая политика государства, обеспечивающая защиту экономики страны от конкуренции со стороны других стран и отдельных товаропроизводителей.

54. Кто в первую очередь осуществляет государственное регулирование ВЭД?

55. Какой порядок расчетов между предприятиями и организациями разрешается законодательством РФ?

56. Какой метод розничной продажи является и наиболее трудоемким?

57. Понятие товара и классификация товаров.

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Примеры тестовых заданий

Раздел 2. МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности

1. Коммерческая деятельность – это

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

2. Выделяют три главных направления коммерческой деятельности:

- производство и сбыт продукции
- торговля
- коммерческое посредничество
- торговля медицинскими препаратами
- торговля недвижимостью

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

- цель коммерции
- тактика коммерции
- задача коммерции

4. Любая законодательно разрешенная деятельность, осуществляемая частными лицами или организациями по производству (приобретению) и продаже товаров или услуг, ориентированная на получение максимально возможного объема доходов при снижении величины затрат - это

- коммерция
- торговля

производство

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

- технологические процессы
- коммерческие процессы
- промышленные процессы
- процессы доведения товаров до покупателей

6. Процессы, которые связаны со сменой форм стоимости, т.е. куплей-продажей товаров, сопровождающейся получением прибыли

- коммерческие процессы

- производственные процессы
- промышленные процессы
- процессы доведения товаров до покупателей

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

- внешние и внутренние
- юридические и физические
- прямого и косвенного воздействия
- материальные и финансовые

8. Факторы прямого воздействия

- оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия
- во многом определяются видом реализуемого товара
- необходимо рассматривать как среду функционирования коммерческого предприятия
- в каждой конкретной организации могут быть разными

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

- факторы прямого воздействия
- факторы косвенного воздействия
- внутренние факторы
- научно-технической прогресс
- международная обстановка

К факторам прямого воздействия относятся

- нормативно-правовые факторы
- покупатели
- поставщики
- конкуренты
- научно-технический прогресс
- международная обстановка
- обычаи делового оборота

10. К факторам косвенного воздействия относятся

- экономическая, политическая, социальная обстановка в стране
- научно-технический прогресс
- социальные и культурные традиции
- биржи, ярмарки, выставки
- акционеры
- банковская система

11. Воздействие этих факторов на хозяйственную деятельность проявляется через налоговую

политику, регулирование цен, вопросы размещения предприятия, порядок регистрации вновь созданных предприятий, способ организации найма рабочей силы, установление правил продажи различных товаров, утверждение минимального размера оплаты труда и т.д.

- нормативно-правовых факторов
- покупателей
- банковской системы
- международной обстановки

12. Внутреннюю среду организации формируют его ресурсы:

- материальные
- финансовые
- трудовые
- международные
- социально-культурные

К этим ресурсам внутренних факторов относятся основные фонды предприятия, товарные запасы, а также часть оборотных средств, вложенная в малоценные и быстроизнашивающиеся предметы

- материальные ресурсы
- финансовые ресурсы
- трудовые ресурсы

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

- информационные ресурсы
- трудовые ресурсы
- финансовые ресурсы
- материальные ресурсы

14. Коммерческие предприятия должны участвовать в выборе зарубежных партнеров

- да, коммерческие предприятия могут выбирать зарубежных партнеров
- нет, для этого есть специализированные внешнеторговые фирмы
- по согласованию с Торгово-промышленной палатой РФ

15. За результаты внешнеэкономической деятельности коммерческого предприятия отвечает

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

16. Внешнеторговая деятельность относится к внешнеэкономической деятельности

- да, внешнеторговая деятельность - это одно из направлений внешнеэкономической деятельности

- нет, внешнеторговая деятельность - это самостоятельный вид деятельности
- это зависит от состава участников внешнеторговой деятельности

17. Обеспечивающими называются внешнеэкономические операции

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

В состав обеспечивающих операций можно включить

- транспортно-экспедиционные операции, операции по страхованию грузов
- операции по проверке качества поставляемых товаров у продавца
- операции по приемке товаров, поступивших по контрактам

18. Резэкспортом называют коммерческие операции

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

19. Косвенный метод осуществления международных коммерческих операций предполагает

- покупку или/и продажу товаров через оптово-посредническое звено
- использование воздушного, морского и речного транспорта при доставке закупленных товаров
- особый порядок расчетов

20. Международной торговой организацией является

- ВТО
- ЮНИСЕФ
- МАГАТЭ

21. Основные задачи Международной торговой палаты

- выработка рекомендаций по экономической политике и практике на основе правил международной торговли, а также разработка стандартов международной коммерческой деятельности
- проверка правомочий заключаемых международных контрактов
- проверка правомочий заключаемых международных контрактов, лицензирование и квотирование экспортно-импортных операций

22. Государство осуществляет регулирование внешней торговли

- да, как административными, так и экономическими методами
- нет
- нет, регулирование внешней торговли осуществляет Международная торговая палата

Экономические методы регулирования внешней торговли

- тарифные и часть нетарифных методов

- квотирование экспорта
- нетарифные ограничения

23. Адвалорные пошлины - это денежная сумма

- исчисляемая как процент с цены товара
- взимаемая с единицы веса
- взимаемая с единицы товара

24. Нетарифные ограничения вводит

- государство
- ВТО
- Международная торговая палата

25. Цель введения экспортных пошлин

- сокращение экспорта определенных товаров или искусственное повышение их цены
- увеличение ассортимента экспортируемых товаров
- ужесточение контроля за качеством экспортируемых товаров

26. Сертификация ввозимой продукции регламентируется

- Законом РФ "О сертификации продукции и услуг" и действующей системой ГОСТов
- действующими санитарно-эпидемиологическими нормами и правилами
- Гражданским кодексом РФ

27. Физические лица могут быть участниками коммерческой деятельности:

- да
- нет
- могут, но только в установленных законом случаях

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

не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п.

- обязательно, без собственного имущества не может быть юридического лица
- в зависимости от содержания учредительных документов

29. Цель, которую преследуют коммерческие организации (предприятия) на рынке:

- получение прибыли в результате своей деятельности
- максимально возможное снижение расходов
- увеличение объемов продаж

30. Главный источник формирования средств потребительских кооперативов:

- взносы пайщиков
- часть налоговых платежей
- государственные средства

31. Возможно ли получение кредита в банке предпринимателем без образования юридического лица

- да, банки рассматривают заявки всех участников коммерческой деятельности
- иногда, если запрашиваемая сумма незначительно
- нет, банки выдают кредиты только юридическим лицам

32. Сколько человек могут быть учредителями общества с ограниченной ответственностью

- один человек
- не более пяти человек
- несколько человек, но не более тридцати

33. Дочерние общества отличаются от зависимых:

- величиной доли в уставном капитале основной коммерческой организации
- более развитой материально-технической базой
- порядком оформления учредительных документов

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

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

35. Совет директоров (наблюдательный совет) в акционерных обществах создается:

- когда число членов общества более чем пятьдесят
- когда акционерное общество занимается более чем пятью видами деятельности
- когда число относительно обособленных подразделений общества десять и более

36. В составе учредителей акционерного общества могут входить

- юридические и физические лица
- юридические лица
- физические лица

37. Классическая форма товарно-денежного обмена

- $T - D - T'$
- $D - T - D'$
- $T - D - D'$
- $D - D - T'$

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

- деньги
- услуги
- ценные бумаги
- платежи

39. Сущность денег заключается в исполнении следующих функций:

являются мерой стоимости единицы товара, т.е. его ценой

- используются как средство обращения, т.е. в форме получения денег за один товар и платежа за другой
- выступают в качестве мирового средства
- формируют торговые сети
- развивают розничную торговлю через автоматы

40. Роль денег проявляется в том, что

в условиях рынка становится насущной необходимостью создание платежной системы, базирующейся на двухуровневой системе банков, формирование самостоятельных коммерческих банков и ведение между ними корреспондентских отношений

- основой коммерческой деятельности участников рынка являются закупочные операции
- аккредитивная форма расчетов является наиболее дорогостоящей
- рыночный процесс предусматривает постоянное наличие товарных запасов на всех стадиях товарного обращения

41. Комплекс организаций и учреждений, а также набор инструментов и процедур, необходимых для проведения коммерческих расчетов между субъектами расчетных отношений, возникающих в процессе производства и реализации товаров, услуг и работ - это

- платежная система государства
- платежный оборот
- денежный оборот
- документооборот

42. Платежный оборот рассматривается как

- часть денежного оборота
- движение наличных денег
- комплекс организаций и учреждений, а также набор инструментов и процедур, необходимых для проведения коммерческих расчетов между субъектами расчетных отношений, возникающих в процессе производства и реализации товаров, услуг и работ
- платежная государственная система

43. Движение наличных денег и безналичных форм расчетов представляет собой

- денежный оборот
- платежный оборот

- платежную систему государства
- деньги

44. Управление денежным оборотом государства осуществляется

- структурами Центрального банка Российской Федерации
- президентом РФ
- правительством РФ
- коммерческими банками

45. Характерные черты денежного оборота:

- денежный оборот можно рассматривать как совокупность всех потоков денежных средств в организации, кредитных учреждений и населения, образующихся в процессе совершения платежей при посредстве денег, выступающих в функции средства платежа и средства обращения
- денежный оборот представляет собой единство обращения безналичных форм расчетов и наличных денег
- денежный оборот охватывает весь процесс воспроизводства с его составными элементами - производством, распределением, обменом, потреблением
- регулирование и прогнозирование денежного оборота осуществляется посредством разработки финансовых и кредитных прогнозов, а также прогноза по денежному обращению

46. К основным принципам организации денежного оборота относятся:

- применение во внутрибанковском обороте расчетных документов только унифицированной формы, во внебанковском обороте - государственных денежных знаков
- хранение денежных средств юридических лиц на банковских счетах, проведение расчетов через банк преимущественно в безналичной форме
- обеспечение ведения счетов организаций банковскими учреждениями, проведение по ним безналичных и налично-денежных расчетов, прием и хранение денежных сбережений населения, их выдача по первому требованию

Критерии оценки теста:

50-40 правильных ответов – «отлично»

39-29 правильных ответов – «хорошо»

28-23 правильных ответов – «удовлетворительно»

22 и менее правильных ответов – «неудовлетворительно»

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

Раздел 1. МДК 01.02 Организация торговли

Тема 1.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины

1. Назовите важнейшие признаки классификации розничной торговой сети
2. Перечислите методы размещения розничной торговой сети
3. Перечислите основные направления специализации розничной торговой сети

4. Назовите основные виды зданий и сооружений, в которых размещают розничные торговые предприятия

5. Перечислите факторы, влияющие на выбор места для магазина

6. Функции розничных торговых предприятий.

7. Принципы построения розничной торговой сети в городах.

8. Организация материальной ответственности в магазинах.

9. Что такое специализация магазинов?

10. Чем оптовая торговля отличается от розничной?

Тема 1.2 Классификация предприятий розничной торговли

1. Укажите особенности прямых и дистанционных продаж.

2. Какими видами торговых предприятий представлена стационарная торговая сеть?

3. Дайте характеристику разносной и развозной торговой сети.

4. Какие виды внемагазинной торговли вы знаете

5. Равнозначны ли понятия «торговое предприятие» и «магазин»?

6. Чем молл отличается от торгового центра?

7. Равнозначны ли понятия «дом торговли» и «торговый дом»?

8. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных интегрированных структур.

9. Чем отличаются универсальные магазины от магазинов со смешанным ассортиментом?

10. Назовите признаки классификации розничных торговых предприятий.

11. Какими видами торговых предприятий представлена мелкорозничная сеть.

12. Чем торговый комплекс отличается от торгового объединения?

13. В универсальном или специализированном магазине ассортимент глубже?

Тема 1.3 Размещение и планировка розничных торговых предприятий

1. Какие помещения относятся к торговым, какие — к неторговым?

2. Равнозначны ли понятия «торговый зал» и «торговые помещения»?

3. Какие требования предъявляются к взаиморасположению помещений магазина?

4. Из каких зон состоит торговый зал?

5. Равнозначны ли понятия «контрольно-кассовый узел» и «контрольно-кассовая машина»?

6. Укажите особенности расчета коэффициента экспозиционной площади в отличие от коэффициента установочной площади?

7. Назовите особенности группировки товаров по отделам, комплексам, товарным категориям.

8. Перечислите и охарактеризуйте способы расстановки оборудования в торговом зале.

9. Какие элементы включает визуальный мерчандайзинг?

10. Какие комплексы товаров могут быть в универмаге?

11. Почему систему «вход-выход» в магазине прямоугольной формы целесообразно размещать с правой, а не с левой фасадной стороны?

12. Что такое «размещение и выкладка товаров»?

13. Раскройте значение термина «правило золотого треугольника».

14. Какие технологические требования учитываются при размещении товаров в торговом зале?

15. Укажите показатели эффективности планировки торгового зала.

Тема 1.4 Технология товародвижения в розничной торговле

1. Из каких операций состоит торгово-технологический процесс в автономном минимаркете?

2. Чем отличаются технологические операции от торговых?

3. Какие методы изучения спроса используются в современных магазинах?

4. Назовите возможных посредников, которые могут участвовать в товародвижении к конечному потребителю товаров.

5. Какие формы доставки товаров вы знаете? Укажите их преимущества и недостатки.

6. Какие требования предъявляются к организации товароснабжения?

7. Какой основной документ регламентирует правила приемки товаров в розничной

торговле?

8. Опишите порядок и сроки приемки товаров по количеству в соответствии с инструкцией П-6.

9. Опишите порядок и сроки приемки товаров по качеству в соответствии с инструкцией П-7.
10. Чем специфична приемка товаров в поврежденной таре?
11. Каковы особенности предъявления претензий для товаров со скрытыми дефектами в соответствии с инструкцией П-7?
12. Какие документы регламентируют условия хранения товаров?
13. потери относятся к нормируемым и ненормируемым? Каковы особенности списания этих потерь?
14. В каком документе регламентируются правила подготовки товаров к продаже?
15. Какие известны способы выкладки товаров? В чем их преимущества и недостатки?

Тема 1.5 Торговое обслуживание

1. Какие составные элементы содержит услуга розничной торговли?
2. Какие услуги розничной торговли относятся к основным, а какие — к дополнительным? Приведите примеры.
3. Перечислите новые формы ведения розничной торговли.
4. Какие методы продажи товаров можете назвать?
5. Идентичны ли понятия «форма продажи» и «метод продажи»?
6. Укажите отличительную особенность планировки магазинов Cash & Carry.
7. В чем преимущества и недостатки стоковых магазинов?
8. В чем состоят особенности ассортимента стоковых, комиссионных магазинов и магазинов second hand? Что между ним общего?
9. Торговля по заказам — это дополнительная услуга розничной торговли или технология торговли?
10. Какие составные элементы относятся к продаже товаров и обслуживанию покупателей?
11. Какие товары надлежащего качества не подлежат обмену на аналогичный товар?
12. Назовите сроки, в течение которых потребитель может обратиться к продавцу с требованием обмена товара надлежащего качества.
13. Охарактеризуйте товар с недостатком и существенным недостатком. В чем состоит особенность реализации таких товаров для продавца?
14. С какими требованиями покупатель может обратиться к продавцу, если ему продан товар с недостатком?
15. В каких случаях продавец обязан предоставить покупателю аналогичный товар в безвозмездное пользование?
16. Какую ответственность несет продавец, если требование покупателя о предоставлении аналогичного товара в безвозмездное пользование не исполнено в срок?
17. В каких случаях продавец имеет право не рассматривать требования покупателя, которому продан товар с недостатком?
18. Что делать покупателю, если на товар длительного пользования не установлен срок службы?
19. Что называется материальным ущербом и в каких случаях продавец обязан возмещать материальный ущерб?
20. Что называется моральным вредом и в каких случаях продавец обязан возмещать моральный вред?

Тема 1.6 Организация оптовой торговли

1. Какими основными признаками характеризуется современная оптовая торговля?
2. Назовите основные технологические операции, выполняемые на складе
3. Перечислите способы укладки товаров на складе
4. Какими документами оформляется отпуск товаров со склада
5. Опишите схему складского технологического процесса
6. Какие виды независимых оптовых посредников вы знаете
7. Методы государственного регулирования оптовых рынков
8. Функции оптовых продовольственных рынков

10. В каких случаях при приемке товаров используется доверенность

Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

К теме 3.1

1. На каких предприятиях имеются штатные специалисты по торговому оборудованию?
2. На каких предприятиях имеются специализированные отделы по монтажу и обслуживанию торгового оборудования?
3. Кто занимается гарантийным обслуживанием торгового оборудования?
4. Какие группы торгового оборудования являются составляющими процесса товародвижения?

К теме 3.2

5. Какие виды торгового оборудования используются в небольших магазинах розничной торговли?
6. Какие виды торгового оборудования используются в супермаркетах
7. Какие виды торгового оборудования используются на оптово-торговых предприятиях?
8. Какие виды торгового оборудования используются для товароснабжения магазинов?

К теме 3.3

9. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях.
10. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях.

К теме 3.4

11. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия.
12. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по источнику энергии.
13. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций.
14. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по консистенции товаров.
15. Назначение установки ДОЗА-24ООП.
16. Назначение установки АЛУР-1500СМ.
17. Назначение установки УФАС-1200.

К теме 3.5

18. Назначение тары-оборудования.
19. Достоинства тары-оборудования.
20. Требования к таре-оборудованию.
21. Что может использоваться в качестве тары-оборудования?

К теме 3.6

22. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются для перевозки и подъема груза?
23. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются только для подъема груза?
24. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются только для перемещения (перевозки) груза?
25. Назначение штабелера.
26. Назначение автопогрузчика.
27. Назначение грузового лифта.
28. Назначение тельфера.
29. Назначение электротали.
30. Назначение электрокара.
31. Посредством чего осуществляется подъем груза весом 2 т в тележке с гидроприводом?
32. Какой двигатель установлен на автопогрузчике?

К теме 3.7

33. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении льдом?
34. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении льдо-соляной смесью?
35. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении "сухим льдом"?
36. Основной недостаток хладагента хладона-12.
37. Основной недостаток хладагента хладона-404А.
38. Основной недостаток хладагента аммиака.
39. Какой хладагент наносит наименьший вред окружающей среде?
40. Какой хладагент применяется чаще остальных?
41. Какой хладагент запрещается использовать с 1989?
42. Какой хладагент запрещается использовать с 2020?
43. Самый дешевый хладагент.
44. Самый токсичный хладагент.
45. Хладагент, имеющий самый высокий КПД.
46. Самый "озоноразрушающий" хладагент.
47. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из твердого состояния в жидкое?
48. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из твердого состояния в газообразное?
49. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из жидкого состояния в газообразное?
50. За счет чего в холодильном агрегате закипает хладагент при низкой температуре?
51. Когда хладагент в холодильном агрегате переходит из газообразного состояния в жидкое?
52. Что происходит в конденсаторе холодильного агрегата при высокой температуре?
53. Свет, который рекомендуется использовать для освещения мясных продуктов в витринах.
54. Свет, который рекомендуется использовать для освещения овощей в витринах.
55. Свет, который рекомендуется использовать для освещения кондитерских изделий в витринах.
56. За счет чего обеспечивается равномерная температура в холодильном шкафу?
57. Что происходит в конденсаторе холодильного агрегата?
58. Что происходит в испарителе холодильного агрегата?
59. Что происходит в компрессоре холодильного агрегата?
60. Что происходит в терморегулирующем вентиле холодильного агрегата?
61. Температурный режим для хранения охлажденных напитков.
62. Температурный режим для хранения скоропортящихся продуктов.
63. Температурный режим для кратковременного хранения замороженных продуктов.
64. Температурный режим для длительного хранения замороженных продуктов.

К теме 3.8

65. Разновидности торговых весов.
66. Метрологические требования к весам.
67. Основные эксплуатационные требования к весам.
68. Расшифруйте обозначение весов РН10 Ц13.
69. Расшифруйте обозначение весов РП10 Ш13 А.
70. Расшифруйте обозначение весов ВТ 150.
71. Расшифруйте обозначение весов РС 150 Ц24 В.
72. Расшифруйте обозначение весов РП 1 Ш13.
73. Минимальная допустимая погрешность для торговых весов.

К теме 3.9

74. Что используют для маркировки товаров на оптовых складах?

75. Что используют для маркировки товаров в торговых киосках?
76. Что используют для печатания штрих-кода?
77. Что используют для нанесения защитной маркировки?
78. Какое оборудование используют для наклеивания готовых этикеток ?
79. Где используются термохромные чернила?
80. Где используются пигментированные чернила?
81. С помощью чего наносится маркировка на неровную и нетвердую поверхность?
82. Какое оборудование может получать информацию из компьютерной сети для нанесения маркировки?
83. С помощью какого оборудования информация для нанесения маркировки может вводиться в ручную
84. В какое оборудование информация для нанесения маркировки на товар может вводиться с помощью встроенного сканера?

К теме 3.10

85. Эксплуатационно-технические требования к торговой мебели.
86. Санитарно-гигиенические требования к торговой мебели.
87. Эргономические требования к торговой мебели.
88. Эстетические требования к торговой мебели.
89. Приведение к единообразию форм мебели - это..?
90. Приведение к единообразию конструкции мебели - это..?
91. Приведение к единообразию размеров деталей мебели - это..?
92. Изготовление деталей мебели в соответствии с нормативными требованиями к материалам - это..?
93. Устранение многообразия и отбор наиболее рациональных конструкций - это..?
94. Основные принципы при конструировании торговой мебели.
95. Какие материалы используются для изготовления островных витрин?
96. Какие материалы используются для изготовления складной мебели?

К теме 3.11

97. Где находится ключ от режима " регистрация" контрольно-кассовой машины?
98. Где находится ключ от режима " показание" контрольно-кассовой машины?
99. Где находится ключ от режима " гашение" контрольно-кассовой машины?
100. Где находится ключ от режима " фискализации" контрольно-кассовой машины?
101. Где находится ключ от режима " программирование" контрольно-кассовой машины?
102. Кто имеет право снимать показания с фискального счетчика в конце смены?
103. Кто имеет право снимать верхний кожух контрольно-кассовой машины при включенном электропитании?
104. Особенности устройства, работы и сферы применения портативных контрольно-кассовых машин.
105. Особенности устройства, работы и сферы применения автономных контрольно-кассовых машин.
106. Особенности устройства, работы и сферы применения пассивных системных контрольно-кассовых машин.
107. Особенности устройства, работы и сферы применения активных системных контрольно-кассовых машин.
108. Особенности устройства, работы и сферы применения фискальных регистраторов.
109. Назначение фискальных регистраторов.
110. Где используются активные системные контрольно-кассовые машины?
111. Где используются пассивные системные контрольно-кассовые машины?
112. Где используются автономные контрольно-кассовые машины?
113. Где используются портативные контрольно-кассовые машины?

К теме 3.12

114. К каким системам относится гиперболическое зеркало?
115. К каким системам относится одноразовый датчик-ярлычок со штрих-кодом?
116. К каким системам относится деактивируемый одноразовый датчик-ярлычок?
117. К каким системам относится неактивируемый многоразовый датчик-бирка?
118. К каким системам относится многоразовый датчик-бирка, прикрепленный к товару с помощью тросика?
119. К каким системам относится датчик давления?
120. К каким системам относится светодиодный датчик?
121. К каким системам относится видеокамера с объективом диаметром 1 мм?
122. К каким системам относится видеокамера с объективом диаметром 10-20 мм?
123. К каким системам относится сенсорная рамка-антенна, встроенная в дверь магазина?
124. Что относится к системам визуального наблюдения?
125. Что относится к системам слежения?
126. Что относится к радиоэлектронным системам сигнализации?
127. Что относится к системам сигнализации-оповещения?

МДК 01.04 Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах товарных биржах

Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Место выставок и ярмарок в системе маркетинговых коммуникаций
2. Основные понятия выставочной деятельности
3. Основные международные и российские законодательные акты, регулирующие отношения в выставочной деятельности.
4. Выставка и ярмарка: общие характеристики и различия.
5. Основные различия между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками.
6. Классификация ярмарок и выставок по основным признакам
7. Выставочный сервис
8. Классификация ярмарок и выставок по отраслям экономики
9. Характеристика основных типов выставок в зависимости от специализации, организационных особенностей и уровня проведения
10. Важнейшие функции и задачи выставок в современном обществе
11. Факторы, влияющие на стоимость аренды выставочной площади
12. Основные цели, задачи и функции ярмарки
13. Ярмарки как средство практического маркетинга и их разновидности
14. Процесс организации ярмарки и его основные этапы
15. Выставки на товарном рынке: типы, основные функции, цели организации.
16. Ярмарки на товарном рынке: цели, задачи, функции
17. Место и роль выставок на товарном рынке
18. Организация проведения ярмарок и выставок
19. Основные этапы проведения конкурсов
20. Основные этапы проведения аукционов (российский и зарубежный опыт)
21. Земельный аукцион
22. Электронные торги
23. Заявка на участие в конкурсе
24. Заявка на участие в аукционе
25. Разработка конкурсной (аукционной) документации
26. Защита прав участников организованных торгов
27. Характеристика товарной биржи как одной из форм организованного рынка, отличие от других форм организованной торговли
28. Различия между биржевым и внебиржевым рынком
29. Понятие и виды регулирования биржевой деятельности
30. Порядок учреждения, организации и прекращения деятельности товарной биржи
31. Организация биржевой торговли и ее участники
32. Особенности биржевого регулирования в зарубежных странах
33. Понятие бирж и признаки классификации

34. Организационная структура биржи
35. Понятие, основные черты и классификация биржевых сделок
36. Характеристика сделок с реальным товаром, их виды
37. Форвардные контракты, их виды. Основные отличия форвардных контрактов от фьючерсных
38. Понятие опциона, его виды. Сравнительная характеристика фьючерсных контрактов и опционов
39. Понятие и виды опционных комбинаций (спрэдов).
40. Порядок проведения торгов на бирже. Основные жесты биржевых брокеров.
41. Понятие хеджирования и биржевой спекуляции
42. Характеристика основных типов спекулянтов на бирже
43. Характеристика стратегий хеджирования
44. Понятие биржевого товара. Основные требования, предъявляемые к биржевому товару
45. Классы биржевых товаров и их характеристика
46. Понятие универсализации бирж, причины и способы
47. Организационно-коммерческая сторона товародвижения
48. Технологическая цепь товароснабжения
49. Оптимизация торгово-технологических операций товароснабжения
50. Факторы формирования качества транспортирования товаров

5.2 Темы рефератов

Раздел 2. МДК 01.02 Организация торговли

1. Анализ современных тенденций развития розничной торговли на потребительском рынке Приморского края.
2. История возникновения торговли.
3. Развитие торговли в эпоху феодализма.
4. Современные классификации торговых предприятий.
5. Вендинг: сущность и основные направления развития.
6. Современные методы и формы продаж.
7. История развития торговли: средние века.
8. Современные способы упаковки продовольственных товаров.
9. Укупорочные средства: классификация и виды
10. Склад в цепи товародвижения. Концепция складирования
11. Характеристика весоизмерительного оборудования
12. Подъемно-транспортное оборудование.
13. Характеристика стеллажного оборудования
14. Мерчандайзинг: основные подходы..
15. Оценка качества услуг розничной торговли.
16. Методы стимулирования продаж.
17. Новейшие технологии, применяемые в производстве колбасных изделий.
18. Современные платежные системы.
19. Ценообразование.
20. Современные методы хранения плодово-овощных товаров.

5.3 Практические работы

Раздел 1 и 2. МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности, МДК 01.02 Организация торговли

Практическая работа 1

"Изучение терминологического аппарата розничной торговли"

Цель: изучение основ организационного построения розничной торговли, особенностей форматов и структурных элементов торговли

Информационный ресурс:

1. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля: термины и определения. – М.: Госстандарт России, 2011.-12 с.

2. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли: Классификация предприятий торговли. - М.: Госстандарт России, 2001. – 13 с.

В ходе практического занятия студенты должны:

изучить терминологический аппарат, указанный в стандартах, и заполнить представленные ниже таблицы.

Задание 1. Изучить основные виды торговли и торговой сети

Таблица 1 Понятия, характеризующие виды торговли и торговой сети

Термин	Определение	ГОСТ, содержащий данный термин
Торговля		
Оптовая торговля		
Розничная торговля		
Мелкорозничная торговля		
Развозная торговля		
Разносная торговля		
Посылочная торговля		
Комиссионная торговля		
Торговая сеть		
Розничная торговая сеть		
Стационарная торговая сеть		
Нестационарная торговая сеть		
Развозная торговля		
Разносная торговля		
Посылочная торговля		
Мелкорозничная сеть		
Магазин		

Задание 2. Изучить основные виды торговых предприятий

Таблица 2 - Конструктивные особенности торговых предприятий

Термин	Конструктивные особенности	
	Наличие торгового зала	Наличие других помещений (указатькаких)
Магазин		
Павильон		
Киоск		
Палатка		

Задание 3. Продолжите фразы:

- 1) К внемагазинным формам торговли относятся: _____
- 2) Примерами торговых сетей являются: _____
- 3) Стационарная торговая сеть представлена следующими видами торговых предприятий: _____
- 4) Развозная торговля осуществляется с помощью следующих средств: _____
- 5) Мелкорозничная торговля осуществляется в следующих торговых предприятиях: _____
- 6) К недопустимым понятиям, относящимся к торговым предприятиям, относится: _____

Задание 4. Указать отличительные признаки предприятий торговли различных видов и типов.

Таблица 3 Характеристика предприятий торговли

Предприятие розничной торговли		Торговая площадь, м ² , не менее	Ассортимент товаров	Форма торгового обслуживания
Вид	Тип			

Задание 5. Изучить специализацию магазинов, привести иллюстрирующие примеры.

Таблица 4 Группировка магазинов по виду реализуемого ассортимента

Специализация торгового предприятия (вид)	Примеры типов торговых предприятий	Групповая характеристика ассортимента в магазине
Универсальные		
Специализированные		
Неспециализированные со смешанным ассортиментом		
Неспециализированные с комбинированным ассортиментом		

Задание 6. Дать определения следующим понятиям:

торговое объединение – это _____

торговый комплекс – это _____

торговый центр – это _____

Задание 7. Соотнесите, к какому формату (торговому объединению, торговому комплексу, торговому центру) относятся нижеследующие примеры:

1. Уличный рынок, трансформированный в единое современное здание.
2. Торгово – развлекательный центр «Фантастика».
3. Торгово – закупочный союз «Волжско – Камский», куда вошли татарстанские компании «Агат» (оптовая торговля), торговые сети «Дуслык», «Челны – хлеб» и более 90 торговых точек формата «магазин у дома», «супермаркет» и cash&carry.
4. Стратегический союз «Шесть семерок», в который вошли крупные розничные сети в России: «Старик Хоттабыч», «М – видео», «Спорт – мастер», «Арбат Престиж», «Седьмой континент» МВО, компания «Куда.га».
5. «Союз – ритейл», созданное торговой сетью «Елисей» и еще четырьмя операторами розничного рынка Екатеринбурга.
6. Всероссийский кооператив независимого ритейла – потребительского общества «РОСТ».

Практическая работа № 2

Современная характеристика торговых предприятий

Цель: изучение особенностей и отличительных признаков торговых предприятий различных видов и типов.

Магазины классифицируются по многим признакам, в том числе:

- по составу основного контингента обслуживаемых покупателей;
- формам торгового обслуживания;
- по ценовым уровням реализуемых товаров;
- уровню сервиса, предоставляемого покупателям;
- размерам торговой площади;
- ассортименту реализуемых товаров;
- формам товарной специализации;
- характеру размещения на территории города и др.

Классификационный признак может носить и комбинированный характер: минимальный размер торговой площади, ассортимент реализуемых товаров, форма торгового обслуживания.

На основе классификации магазинов по ассортименту реализуемых товаров выявляются виды торговых предприятий: универсальный, специализированный, неспециализированный магазины, в том числе магазин с комбинированным ассортиментом и магазин со смешанным ассортиментом товаров.

Факторы, влияющие на размещение магазинов в городах: градостроительные, транспортные, социальные, экономические.

Принципы рационального размещения розничных торговых предприятий: равномерность, групповой признак, ступенчатость.

Перспективные направления развития розничной торговой сети:

- в торговле по продаже товаров первой необходимости (FOOD) - строительство и ввод в действие (или переспециализация) магазинов типа супермаркет и минимаркет («шаговой» доступности; «удобный» магазин); магазинов сниженных цен, гипермаркетов;

- в торговле товаров не первой необходимости (NONFOOD) – специализированных магазинов, магазинов с комбинированным ассортиментом товаров; магазинов продажи по каталогам; магазинов с полным обслуживанием;

- развитие магазинов корпоративной сети;

- развитие кооперативов розничных торговцев, концернов;

- развитие сети торговых центров (и их разновидностей) и др.

Задание

Рассмотрите форматы магазинов по различным классификационным признакам:

- размеру торговой площади

- ассортименту товаров

- формам торгового обслуживания покупателей

- методам продажи товаров

- по месту расположения

- по виду здания

- по организационным формам торговли

- по конструктивным особенностям

Разработайте интеллект-карту на тему:

1. Специализированные магазины

2. Неспециализированные магазины

3. Гипермаркет

4. Универмаг

5. Магазин-склад

6. Супермаркет

7. Магазин «Кэш & Керри» (Cash and Carry)

Руководство по разработке карты мышления


Интеллект-карты — это инструмент, позволяющий:




- проще работать с информацией: запоминать, понимать, восстанавливать логику.

- удобно использовать для презентации материала и наглядного объяснения своей позиции собеседникам

- позволяет проще принимать решения, создавать планы, разрабатывать проекты.

Основные принципы рисования интеллект карт

<p>1.Центральный образ(символизирующий основную идею) рисуется в центре листа.</p>	
--	--

<p>2. От центрального образа отходят ветки первого уровня, на которых пишутся слова, ассоциирующиеся с ключевыми понятиями, раскрывающими мицентральную идею.</p>	
<p>3. От веток первого уровня при необходимости отходят ветки 2-го уровня разукрупнения, раскрывающие идеи, написанные на ветках 1-го уровня.</p>	
<p>4. По возможности используем максимальное количество цветов для рисования карты. 5. Везде, где возможно добавляем рисунки, символы, и другую графику, ассоциирующиеся с ключевыми словами.</p>	
<p>6. При необходимости рисуем стрелки, соединяющие разные понятия на разных ветках. 7. Для большей понятности нумеруем ветки и добавляем ореолы.</p>	

Практическая работа 3

Изучение организационно-правовых форм предприятий, в соответствии с ГК РФ

Цель работы: изучить Гражданский кодекс РФ, выявить особенности предприятий в соответствии с их организационно-правовой формой.

Теоретическая часть

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

В соответствии с гражданским кодексом РФ в России могут создаваться следующие организационные формы предприятий: коммерческие и некоммерческие.

1. Коммерческие корпоративные организации

- Хозяйственные товарищества и общества. Хозяйственными товариществами и обществами признаются корпоративные коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе деятельности, принадлежит на праве собственности хозяйственному товариществу или обществу.

- Полное товарищество. Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

- Товарищество на вере. Товариществом на вере (командитным товариществом) признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников - вкладчиков (командитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

- Общество с ограниченной ответственностью. Обществом с ограниченной ответственностью признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей.

- Акционерное общество. Акционерным обществом признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

- Производственный кооператив. Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом и уставом производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является корпоративной коммерческой организацией.

2. Государственные и муниципальные унитарные предприятия

Унитарное предприятие. Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия.

3. Некоммерческие корпоративные организации

Некоммерческими корпоративными организациями признаются юридические лица, которые не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяют полученную прибыль между участниками (пункт 1 статьи 50 и статья 65.1), учредители (участники) которых приобретают право участия (членства) в них и формируют их высший орган в соответствии с пунктом 1 статьи 65.3 настоящего Кодекса.

- Потребительский кооператив. Потребительским кооперативом признается основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Общество взаимного страхования может быть основано на членстве юридических лиц.

- Общественные организации. Общественными организациями признаются добровольные объединения граждан, объединившихся в установленном законом порядке на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей, для представления и защиты общих интересов и достижения иных не противоречащих закону целей.

- Общественное движение. Общественным движением является состоящее из участников общественное объединение, преследующее социальные, политические и иные общественно полезные цели, поддерживаемые участниками общественного движения.

- Ассоциации и союзы. Ассоциацией (союзом) признается объединение юридических лиц и (или) граждан, основанное на добровольном или в установленных законом случаях на обязательном членстве и созданное для представления и защиты общих, в том числе профессиональных, интересов, для достижения общественно полезных целей, а также иных не противоречащих закону и имеющих некоммерческий характер целей.

- Товарищества собственников недвижимости. Товариществом собственников недвижимости признается добровольное объединение собственников недвижимого имущества (помещений в здании, в том числе в многоквартирном доме, или в нескольких зданиях, жилых домов, дачных домов, садоводческих, огороднических или дачных земельных участков и т.п.), созданное ими для совместного владения, пользования и в установленных законом пределах распоряжения имуществом (вещами), в силу закона находящимся в их общей собственности или в общем пользовании, а также для достижения иных целей, предусмотренных законами.

- Казачьи общества. Казачьими обществами признаются внесенные в государственный реестр казачьих обществ в РФ объединения граждан, созданные в целях сохранения традиционного образа жизни, хозяйствования и культуры российского казачества, а также в иных целях, предусмотренных ФЗ от 5 декабря 2005 года N 154-ФЗ "О государственной службе российского казачества", добровольно принявших на себя в порядке, установленном законом, обязательства по несению государственной или иной службы.

- Общины коренных малочисленных народов РФ. Общинами коренных малочисленных народов РФ признаются добровольные объединения граждан, относящихся к коренным малочисленным народам РФ и объединившихся по кровнородственному и (или) территориально-соседскому признаку в целях защиты исконной среды обитания, сохранения и развития традиционного образа жизни, хозяйствования, промыслов и культуры.

- Адвокатские палаты. Адвокатскими палатами признаются некоммерческие организации, основанные на обязательном членстве и созданные в виде адвокатской палаты субъекта РФ или Федеральной палаты адвокатов РФ для реализации целей, предусмотренных законодательством об адвокатской деятельности и адвокатуре.

- Адвокатские образования. Адвокатскими образованиями, являющимися юридическими лицами, признаются некоммерческие организации, созданные в соответствии с законодательством об адвокатской деятельности и адвокатуре в целях осуществления адвокатами адвокатской деятельности.

- Нотариальные палаты. Нотариальными палатами признаются некоммерческие организации, которые представляют собой профессиональные объединения, основанные на обязательном членстве, и созданы в виде нотариальной палаты субъекта РФ или Федеральной нотариальной палаты для реализации целей, предусмотренных законодательством о нотариате.

4. Некоммерческие унитарные организации

- Фонды. Фондом в целях настоящего Кодекса признается унитарная некоммерческая организация, не имеющая членства, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая благотворительные, культурные, образовательные или иные социальные, общественно полезные цели.

- Учреждения. Учреждением признается унитарная некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера.

- Автономные некоммерческие организации. Автономной некоммерческой организацией признается унитарная некоммерческая организация, не имеющая членства и созданная на основе имущественных взносов граждан и (или) юридических лиц в целях предоставления услуг в сферах образования, здравоохранения, культуры, науки и иных сферах некоммерческой деятельности.

- Религиозные организации. Религиозной организацией признается добровольное объединение постоянно и на законных основаниях проживающих на территории РФ граждан РФ или иных лиц, образованное ими в целях совместного исповедания и распространения веры и зарегистрированное в установленном законом порядке в качестве юридического лица (местная

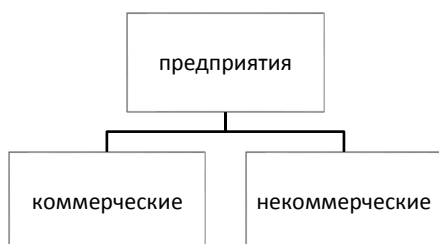
религиозная организация), объединение этих организаций (централизованная религиозная организация), а также созданная указанным объединением в соответствии с законом о свободе совести и о религиозных объединениях в целях совместного исповедания и распространения веры организация и (или) созданный указанным объединением руководящий или координирующий орган.

Практическая часть

Ознакомьтесь с главой 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017)

Задание 1

Представить классификацию организационно-правовых форм предприятий в виде схемы



Задание 2

Заполните таблицу 1.

Таблица 1 – Особенности организационно-правовых форм коммерческих предприятий

Организационно-правовая форма предприятия	Основные положения	Участники	Образование	Управление	Распределение прибыли	Права и обязанность и вкладчиков

Задание 3.

Рассмотреть преимущества и недостатки коммерческих организаций. Данные представить в виде таблицы 2

Таблица 2 – Преимущества и недостатки организационно-правовых форм деятельности предприятий

Предприятия		
индивидуальные	партнерские	корпоративные
Преимущества		
Недостатки		

Практическая работа 4

Проектирование торговых помещений и торговых залов

Цель работы: изучить нормативную документацию, регламентирующую требования к торговым зданиям и помещениям, составить план-проект специализированного торгового предприятия.

Средства обучения: наглядные пособия, ГОСТ Р 51773-09 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли», СНиП РК 3.02-21-2004 «Предприятия розничной торговли», СП 2.3.6. 1066-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов»

Теоретическая часть

Торговые здания и сооружения представляют собой наземные строения с помещениями, предназначенными для выполнения различных торгово-технологических операций. Помещением называется пространство внутри здания, имеющее определенное функциональное назначение и ограниченное строительными конструкциями.

Помещения магазина подразделяются на:

- 1) торговые;
- 2) для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже;
- 3) подсобные;
- 4) административно-бытовые;
- 5) технические.

Расположение основных групп помещений магазина (их планировка) должно быть таким, чтобы между ними обеспечивалась технологическая связь, способствующая перемещению товаров кратчайшими путями, исключались пересечения движения потоков товаров и покупателей. Кроме того, планировка магазина должна обеспечивать возможность увеличения площади торговых помещений за счет неторговых.

При осуществлении планировки помещений магазина необходимо соблюдать следующие основные требования:

- разгрузочные (платформы или помещения) должны примыкать к помещениям для приемки товаров;
- помещения для приемки следует располагать так, чтобы обеспечивались кратчайшие связи между ними и помещениями для хранения товаров, а также торговыми залами, особенно в том случае, когда товары поступают в таре-оборудовании;
- помещения для хранения товаров не должны быть проходными, их размещают в непосредственной близости от помещений для подготовки товаров к продаже;
- помещения для хранения товаров и подготовки их к продаже должны быть непосредственно связаны с соответствующими отделами торговых залов и располагаться на одном уровне с ними;
- административно-бытовые помещения размещают таким образом, чтобы обеспечивалась необходимая связь между ними и другими неторговыми, а также и торговыми помещениями;
- взаимное расположение административно-бытовых помещений определяется их функциями (например, должна быть обеспечена связь между помещениями для отдыха и приема пищи);
- помещения, входящие в одну функциональную группу, следует, по возможности, объединять (например, небольшие по площади помещения для хранения товаров объединять в одно, в мелких магазинах выделять в помещениях для хранения товаров площадь для их подготовки к продаже).

Торговым залом является специально оборудованная основная часть торгового помещения магазина, предназначенного для обслуживания покупателей.

Под устройством торгового зала понимается его конфигурация, размещение внутри здания и относительно других помещений магазина, количество и расположение входов, выходов, оконных проемов и т. п.

Планировка торгового зала заключается в разделении всей его площади на функциональные зоны и размещении внутри них торгового оборудования.

К устройству и планировке торгового зала предъявляется ряд требований:

- удобное для покупателей расположение входов, выходов, отделов;
- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещений для их хранения и подготовки к продаже к местам размещения и выкладки;
- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;
- обеспечение свободного движения потоков покупателей;
- рациональная организация расчетных операций.

Оптимальные условия для организации продажи товаров обеспечиваются в торговых залах прямоугольной формы с соотношением сторон от 1: 1 до 1: 3. Это не только способствует соблюдению требований рациональной организации торгово-технологических операций, выполняемых в магазине, но и предоставляет покупателям возможность хорошо ориентироваться в размещении товарных групп и совершать покупки в минимальные сроки, создает условия для их комфортного пребывания в магазине.

Эксплуатация торговых залов магазинов, расположенных в отдельно стоящих зданиях и имеющих пропорции близкие к квадрату (1: 1; 2:3), более эффективна с точки зрения перечисленных выше требований. Напротив, слишком вытянутая форма торговых залов (1: 1 и более) встроенных магазинов усложняет их планировку, вызывает необходимость деления зала на отделы что не всегда удобно для покупателей.

При планировке торгового зала важную роль играет правильная организация потоков покупателей, которая зависит от размещения входов и выходов, расстановки торгового оборудования и расположения контрольно-кассового узла. Контрольно-кассовый узел - специально оборудованная часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания магазинов, в пределах которой сосредоточено более одной контрольно-кассовой машины.

Размещение входа в магазин и выхода из него по центру торгового зала применяют в магазинах, продажа товаров в которых происходит через прилавок обслуживания. Это позволяет рассредоточить покупателей по всей площади зала. В магазинах самообслуживания вход и выход совмещены и расположены, как правило, у правого угла фасада здания, чтобы поток покупателей был направлен против часовой стрелки.

Всю площадь торгового зала можно условно разделить на:

- установочную площадь;
- площадь проходов для покупателей и перемещения товаров;
- площадь рабочих мест обслуживающего персонала;
- площадь контрольно-кассового узла.

Установочная площадь включает в себя площадь, занятую торговым оборудованием для выкладки товаров и крупногабаритными товарами (холодильниками, стиральными машинами и т. п.), размещенными в торговом зале, а также площадь, занимаемую оборудованием для проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей. В магазинах самообслуживания под установочную площадь обычно отводится примерно 30% всей площади торгового зала.

Об эффективности использования площади торгового зала судят по коэффициенту установочной площади, который рассчитывают по формуле

$$K_y = \frac{S_y}{S_{т.з}}$$

где K_y - коэффициент установочной площади;

S_y - установочная площадь, м²;

$S_{т.з}$ - площадь торгового зала, м².

Низкое значение коэффициента установочной площади (меньше 0,25) говорит о нерациональном использовании торговой площади из-за небольшого количества оборудования. Если же значение коэффициента завышено (более 0,35), то это может привести к неудобствам для

покупателей, поскольку недостаточная ширина проходов между оборудованием в таком случае будет препятствовать их свободному перемещению. Однако следует учесть, что этот показатель может изменяться в зависимости от размера магазина (чем больше торговая площадь, тем, как правило, меньше доля установочной площади) и от его специализации.

Наряду с рациональным использованием торговой площади под установку оборудования в магазине необходимо максимально эффективно использовать ее под выкладку товаров. Это достигается за счет применения оборудования, имеющего большую экспозиционную площадь.

Экспозиционная площадь исчисляется как сумма площадей всех элементов оборудования, предназначенных для выкладки товаров (полок, кассет и т. д.). К экспозиционной площади относится и площадь, занимаемая основаниями крупногабаритных товаров. Степень использования площади торгового зала под выкладку товаров характеризует коэффициент экспозиционной площади. Его рассчитывают по следующей формуле:

$$K_{\text{эксп}} = \frac{S_{\text{эксп}}}{S_{\text{т.з}}},$$

где $K_{\text{эксп}}$ - коэффициент экспозиционной площади торгового зала;

$S_{\text{эксп}}$ - экспозиционная площадь, м²;

$S_{\text{т.з}}$ - площадь торгового зала, м².

Этот показатель зависит от видов и типов применяемого для выкладки товаров оборудования, а также от его габаритов и количества элементов, увеличивающих экспозиционную площадь (полок, корзин и т. д.). Оптимальным между экспозиционной площадью и площадью торгового зала в магазине самообслуживания считается соотношение, примерно равное 0,7. Увеличение коэффициента экспозиционной площади за счет применения островных горок или стеллажей большой высоты может привести к ухудшению обзримости товаров, вызвать неудобства при их выкладке, а также затруднить отбор товаров покупателями. Коэффициент экспозиционной площади зависит от специализации магазина: он будет ниже в магазинах, где применяются холодильные прилавки и другое холодильное оборудование, в магазинах, торгующих крупногабаритными товарами, и т. д.

Для свободного перемещения товаров и покупателей часть торгового зала магазина самообслуживания отводится под проходы. Ширина проходов между торговым оборудованием определяется строительными нормами и правилами, однако она может изменяться в каждом конкретном магазине с учетом применяемых средств механизации и плотности покупательского потока. Так, более широкие проходы должны быть там, где предусматривается перемещение товаров с помощью подъемнотранспортных средств.

Для свободного перемещения покупателей обязательным является наличие магистральных (более широких по сравнению с обычными) проходов, расположенных вдоль стен и связывающих все зоны торгового зала.

В магазинах, где торговля ведется через прилавок обслуживания, выделяется площадь для организации рабочих мест обслуживающего персонала. Ее размер равен произведению длины фронта прилавка на глубину рабочего места. Глубина рабочего места продавца включает ширину прилавка и торгового оборудования для выкладки и размещения рабочего запаса товаров, а также ширину прохода между ними, который должен быть не менее 0,9 м.

Площадь контрольно-кассового узла включает в себя площадь, занимаемую кассовыми кабинетами, проходами между ними, столами для упаковки товаров, а также площадь для хранения корзин и тележек для отборки товаров покупателями. В магазинах самообслуживания эта площадь не должна превышать 15% площади торгового зала. При этом количество рабочих мест контролеров-кассиров определяют исходя из специализации магазина и площади его торгового зала.

Практическая часть

Задание 1 Построить план-проект специализированного магазина.

Изучить требования к проектированию торговых предприятий. Составить планировку торгового предприятия. На плане указать расположение основных помещений (торговых, для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и т.д). Укажите направление материальных потоков и потоков покупателей.

Задание 2 Проведение планировки торгового зала.

На плане торгового предприятия выделить зону торгового зала и провести его планировку: указать расположение входов-выходов, расставить торговое оборудование, согласно специализации магазина, расположить контрольно-кассовые узлы.

Задание 3 Рассчитать показатели эффективности использования площади торгового зала (коэффициент установочной площади, коэффициент экспозиционной площади, площадь для организации рабочих мест обслуживающего персонала, площадь контрольно-кассового узла)

Практическая работа 5

«Изучение устройства и технологической планировки магазинов»

Информационный ресурс: [5,7,11].

В ходе практического занятия студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить нормативно-правовую и нормативно-техническую базу, регламентирующую требования к устройству и проектированию магазинов.

2. Ознакомиться с вариантами общих планировок торговых предприятий, расположением основных помещений.

3. Используя ситуационные задачи, на практических примерах закрепить теоретические знания в области рационального построения розничных магазинов (планировка, устройство, расчет торговой и неторговой площади, размещение товаров в торговом зале и др.).

Типовые ситуационные задачи

Вариант 1

Торговое предприятие «Эдем» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина –5520 кв.м, торговая –3860 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено продольным способом. Список оборудования прилагается (табл.1).

Задания.

1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и специализацию.

2. Оцените эффективность планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования. Таблица 1- Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Столы прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Столы упаковочные	1,2 * 2,8	20	
Горки пристенные	0,8 * 1,8	94	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	11	-

Вариант 2

Торговое предприятие «Алиготе» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина –2400 кв.м, торговая –1100 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено способом «радиальная решетка». Список оборудования прилагается (табл.2).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала.

Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования. Таблица 2 - Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Стол-прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Горки пристенные	0,9 * 1,5	104	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	7	-

Вариант 3

Торговое предприятие «Марс» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина –370 кв.м, торговая –250 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено поперечным способом. Список оборудования прилагается (табл.3).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала.

Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования. Таблица 3- Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	0,9 * 1,2	25	3
Стол-прилавки	1,2 * 0,5	20	-
Горки пристенные	1,7 * 0,7	49	4
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	5	-
Стол-упаковочные	1,8*0,5	5	-

Вариант 4

Торговое предприятие «Эдельвейс» осуществляет розничную продажу женской одежды. Описание магазина: общая площадь магазина –820 кв.м, торговая –460 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено боксовым способом. Список оборудования прилагается (табл.4).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала.

Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования. Таблица 4- Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в
------------------	--------------------------------------	-------------------	--------------------

			оборудовании
Стеклянные витрины	0,9 * 1,2	60	3
Стол– прилавки	1,2 * 0,5	20	-
Примерочные	1,2 * 2,2	5	
Горки пристенные	0,8 * 0,5	10	4
Кассовые кабины	0,8*1,5	2	-

Вариант 5

Торговое предприятие «Амур» осуществляет розничную продажу электробытовых товаров. Описание магазина: общая площадь магазина –95 кв.м, торговая –70 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено смешанным способом. Список оборудования прилагается (табл.5).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.
4. Таблица 5 - Список оборудования в магазине

Вид оборудования	Si –площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Витрины	0,9 * 1,2	14	3
Стол– прилавки	1,2 * 0,5	13	-
Стол упаковочны е	1,2 * 1,8	8	
Горки пристенные	0,8 * 0,5	5	5
Кассовые кабины	1,8*1,5	2	-

Практическая работа 6 Товарное планирование

Выберите одну из тем, предложенных ниже, и разработайте товарный план по конкретному виду товара.

- Бренд и магазин, нацеленный на семьи и молодые пары
- Бренд и магазин, опирающийся на красоту ручных изделий и теплоту природы
- Бренд и магазин с главным упором на праздники: к рождеству, на дни рождения и прочие.

Порядок работы

- Выбор темы
- Обсуждение содержания (работа в группе)
- Создание основной концепции
- Разделение функций
- Работа над планом, создание карты эскиз-имиджа
- Презентация

Практическая работа № 7

Изучение организации торгово-технологического процесса в магазине.

Содержание торгово-технологического процесса магазина

Процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей называется товародвижением. Он включает в себя не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции,

связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на предприятиях торговли. В магазинах завершается процесс кругооборота средств, вложенных в произведенные предметы потребления, происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров.

В широком понимании предметом технологии торговли является совокупность способов, приемов и целенаправленных трудовых операций производственного и коммерческого характера по доведению товара от производства до потребителя. Особенность технологии торговли заключается в том, что в торговле не только осуществляется процесс движения товаров из сферы производства в сферу потребления, но и происходит смена форм стоимости.

Поэтому в технологии торговли имеют место торговый (заключительный этап коммерческого процесса, связанный с продажей и обслуживанием покупателей) и технологический процессы. Как уже отмечалось, торговый процесс предполагает участие в нем двух сторон: продающей и покупающей. Для этого продающая сторона (магазин) организует процесс продажи товаров, а покупатели (население) участвуют в нем, совершая покупки. Технологический процесс в магазинах осуществляется без какого-либо участия покупателей. Сюда входит обработка товарных потоков, начиная с приемки поступающих товаров и заканчивая полной подготовкой их к продаже.

Главной задачей для реализации торгово-технологической функции магазина является разработка оптимального варианта технологического процесса с учетом условий работы, применяемых методов продажи при минимальных трудовых и материальных затратах и высокой культуре обслуживания.

Значения основных понятий торгово-технологического процесса в магазине приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные понятия торгово-технологического процесса в магазине

Термин	Определение
Технология	Совокупность процессов, правил, навыков, применяемых при изготовлении какого-либо вида продукции в любой сфере производственной деятельности
Технологический процесс	Совокупность взаимосвязанных последовательных операций, целью которых является сохранение потребительских свойств товаров, доведение их до потребителей (осуществляется без покупателя)
Технология торговых процессов	Совокупность способов, средств и целенаправленных трудовых операций производственного и коммерческого характера по доведению товаров от производства до потребления.
Торгово-технологический процесс	Совокупность взаимосвязанных операций, целью которых является доведение товаров надлежащего качества до потребителей с наименьшими затратами труда при высоком уровне торгового обслуживания населения.

Технологический процесс в магазине представляет собой совокупность наиболее целесообразных способов и средств, используемых при переработке, перемещении и продаже товаров, а также при обслуживании покупателей.

Организация торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от потребительских свойств товаров, степени их готовности к продаже, принятой системы товародвижения, формы продажи, вида и типа торгового предприятия.

Существуют следующие формы продаж товаров и методы обслуживания: самообслуживание, индивидуальное (салонное) обслуживание, по заказам покупателей, через прилавок, с открытой выкладкой, по образцам, через автоматы, интерактивные формы (с

использованием различных средств коммуникации — факс, телефон, каталог, телевидение, Интернет).

Самообслуживание — форма продажи, при которой покупатель самостоятельно осматривает, отбирает и доставляет отобранные товары к единому узлу расчета. Предусматривается типовое торговое оборудование.

Продажа товаров по предварительным заказам — форма продажи, при которой покупатели предварительно заказывают необходимые товары из имеющихся в продаже и получают их в обусловленное время в магазине, на дому или по месту работы.

Индивидуальное (салонное) обслуживание — форма продажи, при которой продавец обслуживает каждого конкретного покупателя и помогает ему в выборе покупки, консультирует в вопросах пользования товаром, упаковывает и отпускает товар. Предусматриваются все формы расчета с покупателями, послепродажное обслуживание, бесплатная доставка по желанию покупателя, возврат товара. Данная форма продажи предусматривает предоставление покупателям различных платных и бесплатных услуг.

Продажа с открытой выкладкой — форма продажи, когда покупатели знакомятся с ассортиментом товаров самостоятельно, а проверяет качество, дает консультации, упаковывает и отпускает товары продавец.

Продажа товаров по образцам — форма продажи, когда покупатели самостоятельно или с помощью продавца знакомятся с выставленными в торговом зале образцами товаров. После выбора товара и оплаты покупки он может быть доставлен на дом покупателю или вручен непосредственно со склада магазина. Такая форма используется при реализации крупногабаритных товаров (мебель, холодильники и др.).

Продажа по телефону — это активная, свободная продажа товаров, когда продавец зазывает клиента. Телефонный звонок используется в целях рекламирования товара и поиска покупателя. Данная форма продажи используется для реализации товаров через торговых агентов.

Прямые продажи представляют собой форму организации [розничной торговли](#) вне стационарных торговых точек, например, с [лотков](#), [тележек](#), [автомобилей](#) и прочих временных торговых мест. Могут применяться как индивидуальными продавцами, так и организациями

Согласно Американской ассоциации прямых продаж, прямые продажи осуществляются главным образом с использованием домашних, групповых демонстраций и продаж один-на-один, «непосредственно при личной презентации, демонстрации и продажи товаров и услуг потребителям, как правило, у них дома или на работе»

Существуют три разновидности внемагазинной торговли: прямая розничная торговля, личные продажи и продажи через автоматы.

В случае прямой торговли покупатели сначала заказывают товар по телефону или по почте. В зависимости от используемых средств передачи информации различаются типы прямой торговли. Торговля по каталогам основана на почтовых услугах; торговля с помощью телевидения происходит на телеканалах; в интерактивной электронной торговле используются компьютеры и кабельное телевидение.

В отличие от прямой розничной торговли, основанной на использовании различных информационных источников, личные продажи основываются на непосредственном контакте между продавцом и покупателем. При этом общение происходит либо напрямую, лицом к лицу, либо по домашнему (рабочему) телефону.

Продажи товаров через автоматы - личный контакт с покупателем не устанавливается. В данном случае происходит просто покупка и получение товара посредством механического устройства.

Технологический процесс в магазине состоит из технологических операций. Их обособление позволяет определить объем работ по каждой, место, время и способы выполнения этих операций, необходимую численность работников и их рациональную расстановку

Технологический процесс в магазине включает в себя следующие операции:

1. Поступление товара:

2. Разгрузка транспорта;
3. Приемка товара по количеству, оформление приходных документов;
4. Перемещение товара к местам хранения;
5. Распаковка товара, приемка по качеству;
6. Подготовка товара к продаже;
7. Подача товара в торговый зал;
8. Выкладка товара в торговом зале;
9. Продажа;
10. Упаковка товара;
11. Расчет за купленный товар;
12. Сдача выручки в банк.

Торгово-технологический процесс можно разделить на **три составные части**:

1. Операции с товаром до предложения его потребителям:

- разгрузка транспортных средств,
- доставка товара в зону приемки,
- приемка товара по количеству и качеству,
- доставка товара в зону хранения, подготовки к продаже, а также непосредственно в торговый зал,
- хранение товара,
- подготовка к продаже,
- перемещение в торговый зал,
- выкладка товара на торговом оборудовании.

2. Операции непосредственного обслуживания потребителей.

3. Дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

Последовательность стадий (операций) процесса может быть представлена блок-схемой в соответствии с ГОСТ 19.701-90 (ИСО 5807-85). Пример начала блок-схемы приведен на рисунке 1.

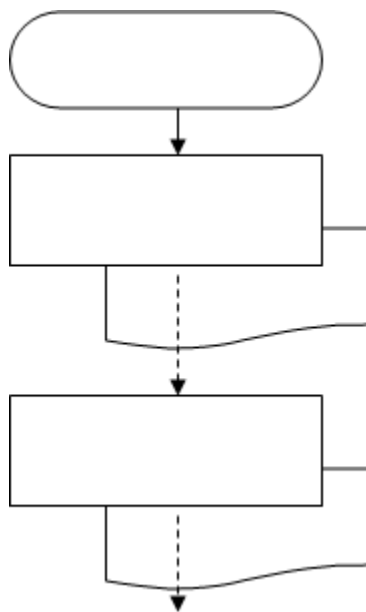
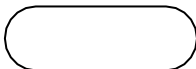

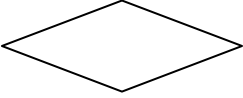

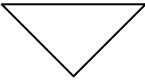
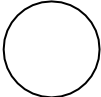
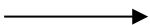
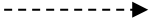


Таблица 2- Условные обозначения элементов блок-схем

Условное обозначение	Назначение элемента
	<p>Терминатор</p> <p>Символ отображает выход во внешнюю среду и вход из внешней среды (начало или конец схемы программы, внешнее использование и источник)</p>

	или пункт назначения данных).
	Процесс Символ отображает функцию обработки данных любого вида (выполнение определенной операции или группы операций, приводящее к изменению значения, формы или размещения информации или к определению, по которому из нескольких направлений потока следует двигаться)
	Решение (логический блок) Символ отображает решение или функцию переключательного типа, имеющую один вход и ряд альтернативных выходов, один из которых может быть активизирован после вычисления условий, определенных внутри этого символа.
	Документ (запись) Символ отображает данные, представленные на носителе удобочитаемой форме
	Хранение Символ отображает входящее в технологический процесс пребывание объекта в специально отведенных местах, где для его изъятия установлена определенная процедура.
	Инспекция Проверка или контроль количества или качества
	Материальный поток
	Информационный поток

Задание 1. Изучить основные торговые и технологические операции в сфере розничной торговли непродовольственных товаров.

Задание 2. Разработать блок-схему торгово- технологического процесса в магазине с использованием следующих методов продаж непродовольственных товаров:

Вариант 1. Самообслуживание

Вариант 2. Продажа товаров по предварительным заказам

Вариант 3. Продажа товаров по образцам

Вариант 4. С индивидуальным обслуживанием

Вариант 5. Продажа с использованием автоматов

Вариант 6. По почте

Вариант 7. Интернет – торговля

Вариант 8. Прямые продажи

Вариант 9. С открытой выкладкой

Вариант 10. Продажа по телефону.

Номер варианта	Первая буква фамилии
1	А; Б
2	В; Г
3	Д; Е; Э
4	Ж; З; Ю
5	И; К; Ш
6	Л; М; Я
7	Н; О; Щ
8	П; Р; Ц
9	С; Т; Х
10	У; Ф; Ч

Практическая работа 8

Тема: Изучение видов договоров, применяемых в коммерческой деятельности

Цель работы: изучить ГК РФ и ознакомиться с основными видами договоров, применяемых в коммерческой деятельности,

Практическая часть

Задание 1. Используя соответствующие статьи ГК РФ, заполнить таблицу 1.

Таблица 1 – Договоры, применяемые в коммерческой деятельности

Виды договоров	Определен ие	Существенные условия
Договор подряда		
Договор на выполнение научно-исследовательских работ		
Договор хранения		
Договор купли-продажи		
Договор купли-продажи недвижимости		
Договор поставки		
Договор аренды		

Контрольные вопросы

1. Каковы понятия и структура коммерческого договора?
2. Опишите сущность договора купли-продажи.
2. Какую функцию выполняют договоры купли-продажи, договор поставки?
3. В каких случаях оформляется протокол разногласий к договору поставки?
4. Какие договоры являются разновидностями договора купли-продажи?
5. Какие условия договора относятся к числу существенных?
6. При соблюдении каких условий договор купли-продажи считается согласованным?
7. Каковы последствия нарушения условий договора купли-продажи по количеству, ассортименту и качеству товара?
8. Каковы сроки предъявления претензий о недостатках товаров?
9. Какие правила определения цены при оплате товара предусмотрены законодательством?

Практическая работа 9

Тема: Правила оформления договора поставки товаров

Цель работы: ознакомиться с реквизитами договора поставки товаров, правилами его оформления, научиться самостоятельно оформлять договор поставки товаров.

Теоретическая часть

Договор поставки товаров – это документ, который заключается при осуществлении купли-продажи той или иной продукции и устанавливает график ее поставки, порядок расчетов между продавцом и покупателем, способ возврата тары (при необходимости). К договору прилагается сертификация с подробным описанием поставляемых товаров и указанием их точного количества.

Согласно договору поставки товаров, продавец обязуется поставить в указанные в документе сроки качественный товар, а покупатель – осуществить его приемку и оплату.

В бланке договора на поставку товара должны указываться следующие сведения:

- Дата и город заключения договора.
- Информация о покупателе и продавце товара: ФИО, паспортные данные, адреса проживания. Если одной или обеими сторонами договора выступают юридические лица, то указываются их реквизиты, а также, кто и на каком основании действует от их лица.
- Предмет договора с указанием типа, количества и других характеристик товаров или ссылкой на спецификацию, датой и временем осуществления поставки.
- Сведения о комплектности и качестве поставляемых товаров.
- Сведения о количестве и товарном ассортименте.
- Сведения о таре и упаковке товара.
- Сведения о сроках, условиях и порядке поставки товаров.
- Сведения о приемке товара по качеству и количеству.
- Сведения о цене товара, цене договора и порядке осуществления расчетов между поставщиком и покупателем.
- Сведения об ответственности поставщика и покупателя.
- Сведения о сроках действия договора и условиях его досрочного расторжения.
- Сведения о порядке разрешения споров между сторонами договора.
- Прочие важные сведения по сути договора.
- Реквизиты и подписи (печати) сторон.

ДОГОВОР ПОСТАВКИ № _____ (ПРИМЕР)

г. Чебоксары

«__» _____ 200__ г.

ООО " _____ ", именуемое в дальнейшем «Поставщик», в лице директора _____, действующего на основании Устава, с одной стороны и

ЗАО « _____ », именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице генерального директора _____, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора.

1.1. Поставщик обязуется передать в собственность, а Покупатель надлежащим образом принять и оплатить изделия _____, именуемые в дальнейшем «Товар», в количестве, по наименованиям и по ценам, определенным в Накладных, являющихся неотъемлемой частью настоящего договора, сформированных на основании заявки, согласно п. 1.2.

1.2. Заявка подается Покупателем на основании прайс-листа Поставщика посредством электронных видов связи, в устной форме, по телефону, факсу или иной удобной для сторон форме.

1.3. На момент передачи Покупателю товар должен по качеству и комплектации (комплектности) соответствовать действующим ГОСТам, ТУ для данного товара.

1.4. Гарантийный срок пользования товаром определяется изготовителем, который указан на товаре.

1.5. Срок годности поставляемого Товара должен составлять не менее 70%.

1.6. Все поставки после заключения данного договора считаются поставками в рамках данного договора в течение всего срока его действия.

2. Сроки поставок, порядок оплаты.

2.1. Поставка товара осуществляется самовывозом со склада Поставщика, либо Поставщик своими силами и средствами не позднее 3 (трех) рабочих дней с момента получения заказа доставляет товар в адрес, указанный Покупателем. Передачу товара Поставщик оформляет накладной, с приложением документов, подтверждающих качество товара и счета-фактуры. При получении товара и документов, сопровождающих его, уполномоченные лица Покупателя обязаны надлежащим образом оформить соответствующие документы и вернуть по одному экземпляру Поставщику.

2.2. При доставке товара транспортом Поставщика расходы по транспортировке товара до склада Покупателя несет Покупатель на основании выставленных Поставщиком счетов.

2.3. Любое лицо, допущенное Покупателем к приемке товара, посредством составления приказа либо выдачи доверенности, считается представителем Покупателя. Принимающее товар лицо должно расписаться в накладной и счет-фактуре Поставщика, указав в них свою должность, фамилию, заверить свою подпись штампом или печатью Покупателя. Покупатель принимает на себя все риски, связанные с действиями представителя Покупателя.

2.4. Покупатель обязуется произвести оплату за Товар Поставщику в течение 30 календарных дней с момента фактической реализации Товара Покупателем в своих аптеках.

2.5. Цена товара определяется на основании прайс-листа на момент окончательного формирования Заявки, включает в себя стоимость тары, упаковки и фиксируется в накладной и счете-фактуре в рублях.

2.6. Во всех платежных документах Покупатель обязан указывать назначение платежа с обязательной ссылкой на номер(а) накладной(ых), по которой(ым) производится оплата.

2.7. Покупатель имеет право на возврат полученного Товара Поставщику.

3. Риск случайной гибели товара.

3.1. Риск случайной гибели или случайной порчи, утраты или повреждения товара, являющегося предметом настоящего договора, несет Поставщик или Покупатель в зависимости от того, кто из них обладал правом собственности на товар в момент случайной гибели или его случайного повреждения.

4. Порядок приемки товара.

4.1. Товар, являющийся предметом настоящего договора, принимается Покупателем по наименованию, количеству и качеству при передаче/приемке товара с участием непосредственно ответственных представителей Покупателя и Поставщика.

4.2. Ответственные лица Покупателя определяются Приложением №1 к Договору поставки, которое является неотъемлемой частью договора.

4.3. Качество товара, переданного по настоящему договору, должно соответствовать техническим стандартам страны-производителя и требованиям, установленным действующим в Российской Федерации ГОСТами, ФС, ВФС, ТУ для данных видов товаров. Качество товара должно подтверждаться сертификатом качества завода-изготовителя и /или сертификатом соответствия – далее документов. Указанные документы даются в копиях. Данные о месте нахождения оригиналов документов на каждую серию товара даются в накладной или в приложении к накладной. Приложение к накладной должно быть заверено Поставщиком с указанием адреса, телефона и фамилии держателя оригиналов документов. Соглашением сторон может быть предусмотрено иное условие передачи документов, подтверждающих качество товара.

4.4. Приемка должна быть осуществлена в следующие сроки:

1. по количеству грузовых мест - в момент получения товара;
2. по количеству и дефектности упаковок - в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты получения товара;
3. по качеству товара, в течение 5 (Пяти) рабочих дней с момента обнаружения брака продукции в течение гарантийного срока товара;
4. по иным характеристикам товара, не предусмотренным настоящим пунктом выше - в течение 10 (Десяти) рабочих дней с даты получения товара.

4.5. Приемка Товара для аптек Покупателя, находящихся не в г. Чебоксары, но в пределах Чувашской Республики, осуществляется в офисе Покупателя только по количеству мест; по ассортименту и количеству - в течение трех дней с момента доставки Товара в эти аптеки; по качеству - в соответствии с п.4.4. настоящего договора.

4.6. При обнаружении Покупателем после передачи товара скрытых недостатков (дефектов) в товаре, либо недопоставки допущенных по вине изготовителя или Поставщика, стороны составляют Акт о недостатках, в котором указывается характер указанных недостатков, либо количество товара, подлежащего допоставке.

5. Ответственность сторон по договору поставки.

5.1. Стороны договора, имущественные интересы (деловая репутация) которой нарушены в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору другой стороной, вправе требовать полного возмещения причиненных ей этой стороной убытков.

5.2. Направление покупателем Поставщику претензии по количеству или рекламаций по качеству поставленной продукции, составленных в порядке и в сроки, предусмотренные настоящим договором, дает первому право требовать от Поставщика допоставки продукции или соразмерного снижения его обязательств по оплате поставленной продукции.

5.3. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору Стороны несут ответственность в соответствии с Гражданским Кодексом РФ.

5.4. Поставщик производит замену товара ненадлежащего качества товаром, соответствующим договору, в течение 5 календарных дней с момента поступления заявки (претензии) от Покупателя.

6. Порядок разрешения споров.

6.1. Споры, которые могут возникнуть при исполнении условий настоящего договора, стороны будут стремиться разрешать в порядке досудебного разбирательства путем переговоров (обмена письмами, факсами и т.д.).

6.2. В случае не урегулирования споров и разногласий, возникших между сторонами и не разрешенных путем переговоров, споры разрешаются в суде.

7. Форс-мажор.

7.1. Ни одна из сторон не несет ответственности перед другой стороной за невыполнение обязательств, обусловленное обстоятельствами, возникшими помимо воли и желания сторон, которые нельзя предвидеть или избежать разумными способами, включая объявленную или фактическую войну, запретные действия властей, гражданские волнения, эпидемии, блокаду, эмбарго, землетрясения, наводнения, пожары и другие стихийные бедствия.

7.2. Документ, выданный соответствующим компетентным органом, является достаточным подтверждением наличия и продолжительности действия непреодолимой силы.

7.3. Сторона, которая не исполняет своего обязательства вследствие действия непреодолимой силы, должна немедленно известить другую сторону о препятствии и его влиянии на исполнение обязательств по Договору.

8. Срок действия договора.

8.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до "___" _____ г.

8.2. Срок действия настоящего договора в дальнейшем будет продлеваться ежегодно сроком на один год, пока одна из сторон не заявит о своем желании расторгнуть его, предупредив об этом другую сторону в письменной форме за 1 (один) месяц до окончания срока его действия.

8.3. Стороны вправе расторгнуть данный договор по взаимному согласию. В данном случае сторона, иницилирующая расторжение настоящего договора, направляет другой стороне письменное уведомление о его расторжении не позднее 1 (одного) месяца до даты предполагаемого расторжения настоящего договора.

8.4. Расторжение договора не освобождает стороны от исполнения денежных обязательств по погашению задолженности, образовавшейся при исполнении настоящего договора.

9. Заключительные положения.

9.1. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

9.2. Любые изменения и дополнения к настоящему Договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме и подписаны сторонами или уполномоченными на то представителями сторон (в том числе в соответствии с п. 9.1.).

10. Реквизиты сторон.

Покупатель:

Поставщик

:

Практическая часть

Задание 1. Согласно данным, представленным в таблице 1, составьте договор поставки товаров, недостающие данные возьмите произвольно.

Таблица 1 – Варианты предмета договора

Вариант	Предмет договора
1	Рыба океаническая, горбуша, замороженная, в мешках, по 20 кг, вес 2 тонны
2	Сахар песок, в инд.упак. по 1 кг, в картонной транспортной таре 20 кг, вес 500 кг
3	Костюм спортивный жен. (футфайка + шорты), разм. 38 – 52, 100 шт.
4	Ботинки зимние мужские, черные, разм. 39 – 46, в картонной транспортной таре, 20 ящ.
5	Хлеб Подольский, на дер.поддоне по 20 б., 5 поддонов
6	Печенье с изюмом, в ящ по 10 кг, 10 ящ
7	Вода столовая, газированная в инд.упак. по 1,5 л, 600 бут
8	Мебельный гарнитур (диван + 2 кресла), кож. обивка, 2 шт.
9	Ковровое покрытие, на нетканой основе, в рулонах 2500*10000 мм, 5 рул.
10	Холодильник двухкамерный объем 200 л., 5 шт

ДОГОВОР ПОСТАВКИ ТОВАРА

г. _____ " ____ " _____ 20 ____ г.

Предприятие _____, в дальнейшем именуемое
Поставщик, в лице _____ тов. _____,
действующего на основании _____

_____, с одной стороны, и _____
_____ торгбаза, в дальнейшем именуемая Покупатель, в
лице _____ тов. _____
действующего на основании _____ базы, с другой
стороны, заключили договор о нижеследующем:

I. Предмет договора

1. Поставщик обязуется поставить Покупателю и отгрузить по его разнарядкам товары в количестве, ассортименте и в сроки, предусмотренные спецификацией, прилагаемой к настоящему договору.

Спецификация согласовывается и подписывается сторонами отдельно на каждый год до _____ предыдущего года.

II. Сроки и порядок поставки

2. Товары по количеству и ассортименту поставляются внутри квартала равными месячными партиями от квартальной суммы поставки с учетом минимальных норм отгрузки. Восполнение недогруза производится в _____ месяце.

3. Покупатель высылает Поставщику разнарядки на отгрузку товаров грузополучателям за _____ дней до начала квартала и имеет право вносить в них изменения за _____ дней до наступления месяца отгрузки.

4. В случае, если указанный в разнарядке Покупателя грузополучатель заявит Поставщику (грузоотправителю) свой отказ от занаряженных ему товаров, Поставщик (грузоотправитель) обязан в _____ дневный срок уведомить об этом Покупателя, который в _____ дневный срок обязан дать телеграфное распоряжение об отмене или подтверждении этой отгрузки.

5. На склад Покупателя товар завозится Поставщиком по графику завоза, который прилагается к настоящему договору.

III. Цена

6. Товар оплачивается по розничным ценам Прейскуранта N _____ с предоставлением торговой скидки в размере _____% и дополнительной _____%. При отгрузке товара на склад Покупателя дополнительная скидка предоставляется в размере _____% для возмещения расходов по дальнейшей переотправке товаров.

Об изменении розничных цен Поставщик незамедлительно уведомляет Покупателя.

IV. Условия расчетов, сумма договора

7. Расчеты за товары производятся между грузоотправителем и грузополучателем в порядке акцепта платежных требований.

Платежные требования предъявляются Поставщиком в течение _____ дней с момента отгрузки товара. Копии счетов Поставщик высылает Покупателю для учета в течение _____ дней после отгрузки с сопроводительным письмом. За каждый невысланный своевременно счет подлежит уплате штраф в размере _____ рублей.

8. При отгрузке товара по разнарядке Покупателя, Поставщик должен указать в платежных документах номер и дату разнарядки Покупателя.

9. Сумма договора - _____ рублей.

V. Качество, маркировка, тара

Качество, маркировка и упаковка товара должны соответствовать: _____

(следует указать ГОСТ, ОСТ, ТУ или образец товара)

10. Один экземпляр техдокументации на каждый вид товара, если они ранее не направлялись Покупателю и не приложены к договору, Поставщик высылает Покупателю в срок до " _____ " _____ 20__ г., в противном случае Поставщик уплачивает Покупателю штраф в сумме _____ рублей.

11. Поставщик в срок не менее, чем за _____ месяцев до начала производства уведомляет Покупателя о предстоящем выпуске новых товаров и высылает ему соответствующие образцы, фотографии и другую документацию с указанием ориентировочных цен на новые изделия.

12. Поставщик должен в _____ срок рассмотреть предложения Покупателя об улучшении качества и повышении требований к упаковке товара, а также об изготовлении новых товаров, пользующихся спросом.

13. Тара должна иметь маркировку в соответствии с _____ (ГОСТ, ОСТ, ТУ и т.п.) и обеспечивать сохранность каждого места.

VI. Дополнительные условия

14. Минимальная норма отгрузки устанавливается:

а). вагон - _____;

б). контейнер - _____.

15. Приемка товаров по количеству и качеству производится в порядке, предусмотренном Инструкциями Госарбитража СССР N П-6, П-7

16. При недостатке или недоброкачественности товара на сумму более _____ рублей грузополучатель обязан известить поставщика (грузоотправителя), иногородние извещаются телеграфом.

17. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим договором, стороны руководствуются Положением о поставках товаров народного потребления.

18. Срок действия договора - с " _____ " _____ 20____ года по " _____ " _____ 20____ года.

Юридические адреса и реквизиты сторон:

Поставщик: _____

Покупатель: _____

Отгрузочные реквизиты:

для вагонных отправок - _____

для контейнерных - _____

для мелких отправок - _____

Поставщик

Покупатель

М.П.

М.П.

Приложение к договору:

1. Спецификация и отгрузочные разрядки на I квартал 20____ года.
2. График завоза товара на склад Покупателя.

Практическая работа № 10

Оценка рейтинга поставщиков

Используя метод рейтинговой оценки поставщиков, определить основных поставщиков-производителей электробытовых товаров для оптового предприятия.

Условия задачи

Исходная информация по оптовому предприятию:

1. Оптовое предприятие в планируемом году намеревается закупить и реализовать 3000 единиц электробытовых товаров - 4 ассортиментных наименований. Цена реализации 1200 рублей за штуку.

2. Оптимальный размер партии поставки для оптового предприятия 300 единиц.

Исходная информация по поставщикам производителям товаров:

3. Список возможных поставщиков-производителей товаров.

Поставщик	Удаленность от покупателя, км	Поставщик	Удаленность от покупателя, км
1. Вологда	480	6. Иваново	880
2. Владимир	181	7. Курган	2008
3. Новгород	423	8. Орел	372
4. Ижевск	1109	9. Пермь	1358
5. Калинин	154	10. Томск	648

4. Процент опрошенных покупателей, давших **неудовлетворительную** оценку качеству товаров соответствующих производителей.

1. Вологда	2
2. Владимир	3
3. Новгород	3

Качество товара	0,25																		
Удаленность поставщика	0,15																		
Представление товарного кредита сроком на 20 дней	0,15																		
Количество ассортиментных наименований в одной партии	0,1																		
Размер одной партии	0,05																		
Сервисное обслуживание после поставки	0,05																		
ИТОГО:	1,00																		

Практическая работа №11

Определение прогнозного размера заказа по месяцам

После выбора поставщика товаров и заключения с ним договора поставки менеджерам по закупкам следует определить необходимый объем заказа на предстоящий период. При постоянно расширяющейся сети магазинов с широким ассортиментом определять размер заказа для каждой поставки менеджеру по закупкам помогает система отчетов о продажах и остатках товаров в каждом магазине. Автоматизированная система за секунды выполняет элементарный расчет товарных ресурсов предприятия за счет поступления товаров и товарных запасов в балансовой взаимосвязи с товарооборотом и корректировкой на индекс сезонности по формуле

$$V \text{ годового заказа} = (TЗН + T/o - TЗК) \times I_s, \quad (1)$$

где $TЗН$, $TЗК$ — товарные запасы соответственно на начало и на конец заданного периода;

I_s , — индекс сезонности продаж, учитывающий такие факторы, как время года, праздники, отдельные события, влияющие на продажи товаров;

T/o — прогнозируемый товарооборот.

Задание. Определить необходимые объемы заказа на каждый месяц на следующий год. Для определения объема поставок по месяцам необходимо учитывать колебания в спросе.

Таблица 1. Расчет индекса сезонности продаж методом простой

Месяц	Товарооборот, усл. ед.		Средний товарооборот, X_{cp}	Индекс сезонности $I_s, \%$
	Предыдущий год	Текущий год		
Январь	389,79	780,18		
Февраль	575,73	823,75		

Март	471,79	900,58		
Апрель	387,11	793,75		
Май	394,55	798,55		
Июнь	659,55	940,58"		
Июль	632,25	1040,27		
Август	537,94	847,36		
Сентябрь	425,67	879,59		
Октябрь	512,65	839,46		
Ноябрь	527,66	904,38		
Декабрь	842,29	1257,35		
Итого				—

Задание 2. Определение прогнозного размера заказа по месяцам с учетом рассчитанного индекса сезонности по формуле .

Таблица 2. Прогнозирование объема заказа на будущий период

Месяц	т, усл. ед.	Запасы наначало пери- ода, ТЗн, усл. ед.	Запасы наконец периода, ТЗк усл.ед	Инде кс сезоннос ти Is	Прогноз объема заказ ов, Vзака за усл. ед.
Январь	780,18 '	20,65	100,56		
Февраль	823,75	235,45	154,78		
Март	900,58	138,92	239,12		
Апрель	793,75	234,67	352,32		
Май	798,55	123,4	300,42		
Июнь	940,58	114,05	100,50		
Июль	1040,27	139,67	30,00		
Август	847,36	251,84	217,89		
Сентябрь	879,59	325,10	386,42		
Октябрь	839,46	200,20	159,67		
Ноябрь	904,38	111,67	56,99		
Декабрь	1257,35	162,34	120,30		
Итого				-	

Практическая работа 12

Тема: Решение профессиональных задач по оформлению результатов приемки по количеству и качеству.

Цель работы: Изучить инструкции по приемке товаров по количеству и качеству П-6, П-7; решить ситуационные задачи; заполнить акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей

Практическая часть

Задание 1. Ответьте на вопросы, если в договоре на поставку товаров указано, что приемка по количеству и качеству соответствует инструкциям П-6, П-7.

1. В адрес магазина поступил контейнер за пломбами изготовителя. При осмотре контейнера установлено, что оттиски пломб не соответствуют товаросопроводительным документам. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

2. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

3. По истечении установленных сроков приемки по качеству были обнаружены скрытые производственные дефекты трикотажных изделий (малозаметная штопка). Может ли продавец в этом случае предъявить претензии предприятию-изготовителю?

4. В адрес магазина поступил контейнер с обувью. В контейнере 50 транспортных коробок обуви по 10 пар в каждой. При приемке обнаружилось, что 5 коробка подмочена. Действия персонала при приемке товара?

5. В адрес магазина поступил контейнер с одеждой по железной дороге. При осмотре контейнера на станции железной дороги обнаружено расхождение в количестве мест товара. Действия получателя при приемке товара?

6. Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

7. При поступлении товара в магазин, отсутствовали сопроводительные документы. Как должен осуществить приемку товара по количеству и качеству персонал магазина?

8. В магазин поступил товар, количество которого не соответствует накладной. Дальнейшие действия персонала магазина?

9. В адрес Вашей фирмы по железной дороге поступили детские текстильные изделия. Товар упакован в текстильные мешки. При выгрузке из вагона обнаружено, что часть мешков подмочена. Ваши действия при приемке товара по количеству и качеству?

10. В магазин поступила скоропортящаяся продукция. Укажите сроки приемки продукции по количеству и качеству? Кто со стороны получателя имеет право осуществить приемку продукции по количеству?

11. При поступлении трикотажных изделий в магазин централизованно от поставщика установлено, что в двух транспортных местах недостача по 1 штуке изделий. В договоре на поставку изделий реквизит «приемка товаров» отсутствует. Укажите правила приемки товаров по количеству и качеству.

Задание 2. Решить задачу по приемке продовольственных товаров на складе по количеству и заполнить акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей (Унифицированная форма № ТОРГ- 2)

Описание ситуации и постановка задачи

В соответствии с заключенным договором поставки № 98 от 9 сентября Каневский сахарный завод Краснодарского края 6 октября отгрузил вагон сахара на станцию Белгород в адрес оптовой базы Белгородского облпотребсоюза.

Груз прибыл на станцию назначения 15 октября в исправном вагоне с неповрежденными пломбами грузоотправителя и, согласно Уставу железных дорог, выдан грузополучателю 15 октября без проверки веса груза в 9.00 ч.

Вагон с грузом был подан к складу Белгородского ОПС и вскрыт 15 октября в 10.00 ч.

В процессе приемки товаров на складе оптовой базы 15 октября работниками склада установлено, что фактическое количество поступивших мест (ящиков) не соответствует количеству, указанному в транспортной накладной и в счете-фактуре поставщика. Поступившая с товаром тара была в исправном состоянии. Обнаружена недостача 10 ящиков с сахаром по 50 кг в каждом, о чем работники склада составили акт. В 15.00 они приостановили приемку и доложили руководству базы. Сахар разместили отдельно от других товаров и обеспечили его сохранность.

В тот же день, 15 октября, с базы была направлена телеграмма № 78 поставщику с уведомлением об установленной недостаче и с просьбой направить представителя для участия в окончательной приемке товара.

Руководство базы поставило перед коммерческим отделом задачи, организовать приемку сахара в соответствии с действующим порядком и оформить ее необходимыми документами: предъявить претензию поставщику.

Требуется выполнить поставленные задачи, используя исходные данные, приведенные ниже.

Исходные данные

1. Выписка из железнодорожной накладной на перевозку груза

Накладная № 411386.

Скорость доставки – грузовая.

Вагон № 1435339.

Грузоподъемность вагона – 62 т.

Станция отправления – Каневская Северо-Кавказская железная дорога.

Отправитель – Каневский сахарный завод.

Наименование груза – сахар.

Станция назначения – г. Белгород

Получатель – оптовая база Белгородского облпотребсоюза.

Почтовый адрес получателя – г. Белгород, ул. Коммунальная, 8.

Пломба отправителя с оттиском "431".

Количество мест	Упаковка	Наименование груза	Вес груза, определенный отправителем кг
400	Ящики картонные	Сахар-рафинад прессованный в пачках	20 000
400	Мешки тканевые	Сахар-песок рафинированный	20 000
200	Ящики картонные	Сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый	10 000
Итого 1000	Брутто Тара Нетто		51 000 1 000 50 000

2. Выписка из счета-фактуры № 736 от 6 октября

Поставщик – Каневский сахарный завод.

Грузоотправитель – Каневский сахарный завод.

Покупатель – оптовая база Белгородского облпотребсоюза

Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Сахар-рафинад прессованный в пачках	кг	20 000	24	480 000
Сахар-песок рафинированный	кг	20 000	20	400 000
Сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый	кг	10 000	22	220 000
Итого		50 000		1 100 000
Ящики картонные	шт.	600	10	6000
Мешки тканевые	шт.	400	100	40 000
Итого к оплате за товар и тару				1 146 000

3. Данные о результатах окончательной приемки

В результате окончательной приемки поступившего сахара 18 октября комиссией установлено следующее его количество:

1. сахар-рафинад прессованный в пачках — по 50 кг в каждом ящике. Всего — 19 500 кг, 390 ящиков;
2. сахар-песок рафинированный нерасфасованный — по 50 кг в каждом мешке. Всего — 20 000 кг, 400 мешков;
3. сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый в пачках — по 50 кг в каждом ящике. Всего — 10 000 кг, 200 ящиков.

Методические указания

Прежде всего, целесообразно провести анализ ситуации, а также подробно ознакомиться с Положением о поставках товаров народного потребления и инструкцией "О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству".

Затем на основе исходных данных работа выполняется в следующей последовательности.

1. Составляется акт об обнаруженной недостатке 10 ящиков сахара.
2. Составляется для отправки поставщику телеграмма с указанием обнаруженной недостатка и других сведений, необходимых при данной ситуации.
3. Назначается комиссия по приемке товара, которая проверяет товар и составляет акт об установленном расхождении в количестве сахара. Содержание этого акта должно отвечать требованиям инструкции "О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству".
4. Составляется и отправляется поставщику претензия о возмещении стоимости недостающих товаров.

При составлении и оформлении любых документов, в том числе и претензии, необходимо соблюдать ряд требований и правил, предусмотренных Единой государственной системой делопроизводства. В частности, документ должен иметь следующие обязательные реквизиты:

1. наименование учреждения — автора документа;
2. название вида документа или унифицированной формы документа;
3. заголовок к тексту;
4. дату;
5. текст;
6. отметки о согласовании текста документа;
7. подпись;
8. отметку об исполнении документа и направлении его в дело;
9. другие реквизиты, если того требует назначение документа.

Практическая работа №13 Изучение дефектов товаров

Цель работы: овладение навыками диагностики дефектов товаров, в том числе статистическим контролем по альтернативному признаку.

Подготовительная работа студента к занятию: изучить учебник [С 143-144].

Средства обучения: стандарты на методы испытаний (на обувь, посуду и др.), регламентирующие приемочные и браковочные числа; плакаты, альбомы муляжи с изображением дефектов товаров: натуральные образцы с дефектами

Теоретическая часть

Несоответствие — невыполнение требований (ГОСТ Р ИСО 9000-2001).

Одной из разновидностей несоответствий являются дефекты.

Дефект — невыполнение требования, связанного с предполагаемым или установленным использованием (ГОСТ Р ИСО 9000-2001). Эти два понятия имеют общий признак — невыполнение требований. Различие заключается в том, что при выявлении дефектов возникает юридическая ответственность, если из-за их наличия потребитель не может в полной мере или частично использовать дефектный товар по назначению. Например, консервы с таким дефектом,

как микробиологический бомбаж, не могут использоваться в пищу из-за невыполнения требований микробиологической безопасности, а консервы в металлических банках с ржавлением, но без утраты герметичности не подлежат длительному хранению.

В стандартах и товароведной литературе до сих пор наряду и/или взамен употребляются старые термины: пороки и болезни. Например, пороки и болезни хлеба, пороки посуды, обуви и т. п.

Дефекты подразделяют по нескольким признакам: степени значимости, наличию методов и средств для их обнаружения или устранения степени наносимого вреда, месту обнаружения.

Классификация дефектов приведена на рис. 1.

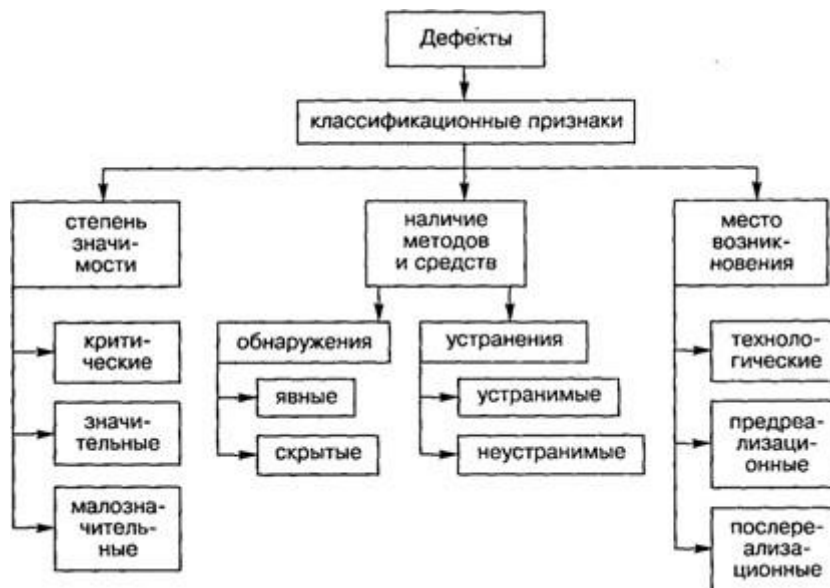


Рисунок 1 – Классификация дефектов

По степени значимости различают критерии критические, значительные и малозначительные.

Критические дефекты — несоответствия товаров установленным требованиям, которые могут нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде. Товары с критическими дефектами нельзя или экономически нецелесообразно использовать по назначению. Например, при наличии критического дефекта пользование обувью практически невозможно или недопустимо (отрыв каблука, бугры на основной стельке, грубые складки на подкладке).

Значительные дефекты — несоответствия, существенно влияющие на использование по назначению и надежность товаров, но не влияющие на безопасность для потребителя и/или окружающей среды. Так, трещины кожи верха заготовки, оседание задника, осыпание покрытия.

Малозначительные дефекты — несоответствия, которые не оказывают существенного влияния на потребительские свойства товаров, в первую очередь на назначение, надежность и безопасность. Так, при оценке качества обуви к незначительным дефектам можно отнести: отрыв деталей отделки, незначительная разнооттеночность деталей заготовки, которые не оказывают существенного влияния на качество обуви, использование ее по назначению и долговечность.

В зависимости от наличия методов и средств обнаружения дефекты подразделяются на **явные**, для которых предусмотрены методы и средства обнаружения, и **скрытые**, для которых методы и средства обнаружения не предусмотрены или их применение нецелесообразно.

В зависимости от наличия методов и средств устранения дефекты делят на устранимые и неустраняемые.

Устранимые дефекты — дефекты, после устранения которых товар может быть использован по назначению.

Неустранимые дефекты — дефекты, которые невозможно или экономически невыгодно устранить.

При оценке качества товаров товароведы должны проводить диагностику их дефектов по характерным признакам проявления дефектов и устанавливать причины их возникновения. Это необходимо для выявления градации качества (стандартная, нестандартная, брак и отходы) и класса товаров по назначению (пригодные, условно пригодные и непригодные к использованию по назначению), поскольку градации качества и классы товаров по назначению в значительной мере определяются дефектами разной степени значимости. Так, товары с критическими дефектами относятся к неликвидным отходам, непригодным к использованию по назначению, со значительными — к нестандартным, если количество допускаемых дефектных товаров превышает установленные нормы.

В пределах установленных норм допускаемых отклонений товары со значительными дефектами, а также с малозначительными (без ограничений) считаются стандартными. Разные градации, классы, сорта стандартной продукции зачастую отличаются заданными требованиями, касающимися объектов с малозначительными или значительными дефектами. При диагностике причин возникновения дефектов выявляются виновные юридические или физические лица для предъявления им претензий по качеству товаров.

В зависимости от степени наносимого вреда различают допустимые и недопустимые дефекты.

Допустимые дефекты — дефекты, ухудшающие качество товаров, но при этом товары не утрачивают безопасность. Например, нетипичность формы и окраски, наличие проколов и ушибов у свежих плодов, наличие незначительных сколов у посуды, непрокраса тканей и т. п. Этот вид дефектов в стандартах регламентируется обычно как допустимые отклонения или предусматривается в низшей градации качества. Следует иметь в виду, что для высшей градации качества допустимый для низшей градации качества дефект устанавливается как недопустимый. Возникновение допустимых дефектов может явиться одной из причин перевода стандартного товара в более низшую градацию или нестандартную продукцию.

Недопустимые дефекты — несоответствия, вызывающие снижение уровня качества для определенной градации качества или утрату безопасности. Для отдельных товаров в стандартах, наряду с допускаемыми отклонениями или дефектами, регламентируются недопустимые дефекты (например, разрывы тканей, обуви и т. п.). Допустимые дефекты переводятся в недопустимые, если превышают предельно допустимые нормы содержания.

В зависимости от места возникновения все дефекты условно подразделяют на технологические, предреализационные и послереализационные.

Технологические дефекты — дефекты, вызванные недостатками при проектировании и/или разработке продукции, сырья, несоблюдением или несовершенством производственных процессов. Эти дефекты являются следствием недостаточного управления и контроля качества при производстве продукции. Поступление товаров с технологическими дефектами в торговлю свидетельствует о неудовлетворительной организации приемосдаточного контроля изготовителя, поставщика и продавца.

Если технологические дефекты при сдаче-приемке имели скрытый характер, то в течение 4 мес. продавец может предъявить претензии поставщику. Так, в приведенном выше примере со скрытыми формами бомбажа товароведы после проявления этого технологического дефекта должны предъявить претензию поставщику.

Если при приемке технологические дефекты носили явный характер, но не были обнаружены или зафиксированы, а партия с такими дефектами была принята товароведом или материально ответственным лицом без уведомления изготовителя и поставщика, то по истечении срока, обусловленного Инструкцией по приемке товаров народного потребления по качеству, предъявить претензии невозможно.

Предреализационные дефекты возникают при транспортировании, хранении, подготовке к продаже или реализации товаров. Примером таких дефектов может служить бой товаров в

стеклянной таре, бой посуды, микробиологическая порча товаров при хранении, утрата товарного вида при подготовке к продаже или реализации вследствие загрязнения, деформации и т. п. При возникновении таких дефектов предъявить претензии можно только работникам торговой организации, по чьей вине эти дефекты появились. Для предупреждения появления таких дефектов руководители и товароведы торговой организации должны проводить инструктаж работников, разъясняя правила обращения с товаром.

Товары, у которых выявлены недопустимые технологические или предреализационные дефекты, реализации не подлежат.

Послереализационные дефекты возникают при хранении, эксплуатации или использовании товаров потребителем. Причинами возникновения этих дефектов могут быть:

- нарушение потребителем правил эксплуатации, хранения, транспортирования или потребления;
- проявление скрытых технологических или предреализационных дефектов.

В первом случае потребитель имеет право предъявить претензию, если правила эксплуатации, хранения, транспортирования или потребления не были доведены до него соответствующим образом. При наличии достаточной информации о таких правилах (например, с помощью эксплуатационных документов или маркировки) претензии, вызванные появлением послереализационных дефектов по вине потребителя, не принимаются.

В случае появления скрытых дефектов товаров не по вине потребителя продавец обязан либо устранить дефекты за свой счет, либо заменить дефектный товар на бездефектный, либо вернуть уплаченную потребителем сумму денег. При этом потребитель имеет право претендовать на возмещение материального и морального ущерба. Права потребителей и ответственность изготовителей и продавцов регламентируются Законом РФ «О защите прав потребителей».

Следует иметь в виду, что возникновение послереализационных дефектов может зависеть от отсутствия или характера информации, предоставляемой потребителю изготовителем или поставщиком. Если эта информация неполная, недостоверная или вообще отсутствует, ответственность за возникновение дефектов при эксплуатации должен нести изготовитель и/или продавец. Потребитель может и не обязан знать правила эксплуатации, если ему не предоставлена соответствующая информация (например, информация о том, что подошва конкретной модели обуви не предназначена для носки при температуре ниже -25°C).

Однако, если такая информация предоставлена потребителю в виде эксплуатационных документов, маркировки и иными способами, в случае возникновения дефектов приобретатель товара должен доказать, что эксплуатация проводилась в соответствии с установленными условиями (например, соблюдались условия и сроки хранения пищевых продуктов, температура воды при стирке и глажении).

Практическая часть

Задание 1. Ознакомьтесь с наиболее распространенными дефектами товаров по плакатам, альбомам, муляжам или натуральным образцам. Дать характеристику обнаруженных дефектов, согласно квалификационным признакам.

Результаты запишите в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Характеристика дефектов товаров

Наименование товара	Наименование дефекта	Места возникновения	Степень значимости	Метод устранения

Заключение: укажите степень влияния дефектов разных групп на качество. Отнесите товары с дефектами к одной из групп: 1) пригодные к использованию по назначению; 2) условно пригодные; 3) непригодные (опасные). Укажите, какие из перечисленных дефектов относятся к

устранимым, а какие — к неустранимым. Разработайте предложения по корректирующим мероприятиям (предотвращение или сокращение количества дефектной продукции)

Решение ситуационных задач

Задание 1.

Детские сапожки обнаружены следующие дефекты: пропуск стежков строчки; неисправная застежка «молния»; необрезанные концы ниток со стороны подкладки, повреждение кожи верха в виде царапин.

В мужских ботинках были обнаружены следующие дефекты: отклонение от симметрии расположения блочек, сваливание строчек при соединении деталей верха, расщелины между деталями низа

В женских туфлях обнаружены следующие дефекты: отклонение заднего шва от центральной линии пяточной части; складки на подкладке; неправильная посадка каблука.

Задание 2.

В дорожной сумке были обнаружены следующие дефекты: малозаметная отдушистость на задней стенке корпуса, смещение и несимметричность заклепок на стенках корпуса, сваянность строчки.

В женской сумки обнаружены следующие дефекты: разрыв кожи наружных деталей по строчке, разный оттенок цвета кожи верха, непопадание края детали под строчку.

В женской сумке обнаружены следующие дефекты: выпадение кнопок, пропуск стежков шва, соединяющего детали изделия и декоративной строчки, разный оттенок цвета кожи верха.

В мужском портмоне обнаружены следующие дефекты: садка лицевого слоя кожи верха, жировые налеты на коже, разрыв кожи наружных деталей по строчке.

Задание 3.

На графине из стекла обнаружены следующие дефекты: редко расположенная свиль, острый, режущий край изделия, дно имеет неровную поверхность.

На бокалах из простого стекла обнаружены следующие дефекты: инородные включения размером до 0,5 мм включительно в количестве 2 шт. , разнотолщинность края стенок 25%, различие в интенсивности окрашивания стекла.

Практическая работа 14 КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ

Цель работы: овладение навыками контроля качества товаров, в том числе статистическим контролем по альтернативному признаку.

Средства обучения: стандарты на методы испытаний (на кондитерские изделия, безалкогольные напитки, обувь, посуду и др.), регламентирующие приемочные и браковочные числа; плакаты, альбомы муляжи с изображением дефектов товаров: натуральные образцы с дефектами.

Задание 1. Ознакомьтесь с наиболее распространенными дефектами товаров по плакатам, альбомам, муляжам или натуральным образцам. Выявите критические, значительные и малозначительные дефекты. Результаты запишите в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Группы дефектов товаров

Наименование товара	Группы дефектов		
	критические	значительные	малозначительные

Заключение: укажите степень влияния дефектов разных групп на качество. Отнесите товары с дефектами к одной из групп: 1) пригодные к использованию по назначению; 2) условно пригодные; 3) непригодные (опасные). Укажите, какие из перечисленных дефектов относятся к устранимым, а какие — к неустранимым. Разработайте предложения по корректирующим мероприятиям (предотвращение или сокращение количества дефектной продукции)

Задание 2. Рассчитайте приемочные и браковочные числа товарных партий карамели, конфет, пива, безалкогольных напитков, а также приемочный уровень дефектности. Исходная

информация по продовольственным товарам представлена в таблице 2. Аналогичная работа может быть выполнена по непродовольственным товарам.

Таблица 2 – Приемочные и браковочные числа

Следует уяснить общность и различия понятий «приемочное» и «браковочное» числа, «приемочный уровень дефектности».

Приемочное число – максимально допустимое количество забракованных (дефектами) единиц выборки и объединенной (средней) пробы или исходного (среднего) образца, позволяющее принять решение о приемке товарной партии по количеству.

Браковочное число — минимально допустимое количество забракованных (дефектных) единиц, являющееся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству.

Общность между этими показателями заключается в том, что они выступают в качестве оценочных критериев при приемке товарных партий по качеству. Различия между ними состоят в том, что приемочное число служит основанием для приемки товаров, а браковочное — для отказа от нее. Этим объясняется разница между ними, равная 1.

Приемочный уровень дефектности — максимально допустимый или средний уровень дефектности, который определяется как приемлемый при приемке товарной партии по качеству.

Уровень дефектности (Уд) рассчитывается по формуле

$$y_{\text{д}} = \frac{N_{\text{д}}}{N_0} \times 100\%$$

где $N_{\text{д}}$ — число дефектных единиц;

N_0 — общее число проверяемых единиц.

Заключение по заданию 2 должно содержать обобщение результатов расчетов браковочных и приемочных чисел

Задания 1 и 2 могут выполняться комплексно в виде решения ситуационных задач.

Примеры таких задач приведены в приложении 1.

Примеры ситуационных задач

Задача 1

В магазин поступила партия фарфоровых чашек (емкость 250 см³) с блюдцами. Объем партии 25 шт. При осмотре выборки был обнаружен в 4 изделиях волосной заглазурованный подрыв ручки. Рассчитайте объем выборки. Укажите браковочное и приемочное числа для данной партии. Можно ли реализовать данную партию?

Задача 2

В магазин поступило 150 пар женских зимних сапог. При осмотре выборки было обнаружено: в 3 парах сваливание строчки с края детали с повторным креплением 5 мм; в одной паре разная высота между полупарами 8 мм. Рассчитайте объем выборки. Укажите браковочное и приемочное числа для данной партии. Возможна ли реализация данной партии?

Задача 3

В магазин поступила партия женских хлопчатобумажных сорочек 2 сорта в количества 1500 шт. При осмотре выборки в 6 изделиях были обнаружены утолщения от неровности пряжи и нитей от 1 см и более. Рассчитайте объем выборки для данной партии. Можно ли реализовать данную партию?

Практическая работа 15

Тема: Изучение технологии хранения товаров

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по подбору тары и выбора способа хранения сырья и продовольственных товаров на складе.

Теоретическая часть

При хранении сырья и продуктов должны соблюдаться требования санитарных норм в соответствии с СанПиН 42-123-4117 – 86 «Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов». Ответственность за соблюдение и контроль Санитарных правил несут руководители предприятий, производящих и транспортирующих скоропортящиеся продукты, предприятия общественного питания и торговли. Для предотвращения потерь и порчи продуктов необходимо обеспечить в складских помещениях оптимальный режим хранения товаров в соответствии с их физико-химическими свойствами. Режим хранения – это определённая температура, скорость движения воздуха, относительная влажность. При хранении следует строго следить за соблюдением сроков реализации продуктов, особенно скоропортящихся:

- Крупнокусковые полуфабрикаты из мяса – 48 часов при температуре 2 – 6 С;
- Порционные полуфабрикаты без панировки – 36 часов;
- Порционные полуфабрикаты панированные – 24 часа;
- Полуфабрикаты мясные рубленые – 12 часов;
- Рыба всех наименований - 48 часов при температуре 0 – 2С, рыба мороженая - 24 часа;
- Молочнокислая продукция – не более 36С при температуре 2 – 6С.

Существует несколько способов хранения и укладки сырья и продуктов:

1. Стеллажный – продукция хранится на полках, стеллажах, в шкафах (продукты в ящиках, масло, сыр, хлеб, вина в бутылках).
2. Штабельный - продукция хранится на подтоварниках, продукты в таре складывают в высокий штабель высотой не более 2 метров (мешки с сахаром, мукой);
3. Насыпной – продукты хранят навалом в закромах, ларях, контейнерах, бункерах без тары от стен и пола оставляют пространство в 10 – 20 см для свободного доступа воздуха (картофель, корнеплоды, лук);
4. Подвесной – используется для хранения сырья и продуктов в подвешенном состоянии (колбасы, туши, копчености, сыры);
5. Ящичный – в ящиках хранят плоды, овощи, яйца и др.

Естественная убыль — это потери массы товаров, возникающие по естественным причинам. Основными причинами ее являются усушка, распыл (раструска), утечка, раскрошка и др. На размер естественной убыли продуктов влияют физико-химические свойства товаров, сроки и условия хранения, вид упаковки, климатические условия и времена года. К естественной убыли не относятся отходы от зачистки верхнего слоя (штоф) сливочного масла; отходы, образующиеся при подготовке к продаже колбас (бечевка, концы оболочек), битой домашней птицы (бумага).

Потери товаров — лом, бой, возникшие в результате недобросовестного отношения, также не относятся к естественной убыли и списываются за счет виновных лиц. Списание недостачи может производиться только после инвентаризации товаров. Порядок списания недостач, хищений и потерь от порчи ценностей регулируется законодательством и учредительными документами предприятия.

При размещении товаров на хранение следует учитывать требования:

- безопасность, рациональность эксплуатации хранилищ;
- совместимость товаров – правила товарного соседства;
- эффективность работы – обеспечение средствами механизации, отопительными приборами и т.д.

В нормы естественной убыли (НЕУ) в настоящее время включены масса полимерной плёнки, фольги и пергамент сыров, поступивших в указанной упаковке, а также концы оболочек, шпагат и металлические зажимы на колбасном и копчёном сыре.

На большинстве товаров установлены НЕУ при хранении, транспортировании и реализации, согласно которым осуществляется списание естественной убыли в случае выявления недостатков при инвентаризации.

К товарам, фасуемым в магазине, НЕУ применяются в таком же размере, как и к нефасованным товарам.

В розничной торговой сети на размер естественной убыли влияют физико-химическая природа товара, его обработка, упаковка, зона нахождения розничного предприятия и некоторые другие особенности. Так для свежих плодов и ягод, овощей учитывают время года – зима, осень, весна, лето.

Нормы естественной убыли не применяют к штучным товарам, а также к товарам, поступающим на розничные торговые предприятия в фасованном виде (могут применяться в ограниченных размерах, если повреждена упаковка), к мороженым, глазированным рыбным и нерыбным морепродуктам и солёным, пряным и маринованным в тузлуке, кроме семейства лососевых, продаваемых в нарезку.

При хранении на размер естественной убыли влияют также вид хранилища, зона и срок хранения, способ охлаждения, срок хранения (в таре, без тары) и др.

При транспортировании продовольственных товаров на размер естественной убыли влияют вид транспортных средств, период года (тёплый, холодный), расстояние.

Нормы естественной убыли периодически пересматриваются в связи с применением новых видов тары и упаковочных материалов, прогрессивных способах хранения, транспортирования и организации продажи товаров населению.

Предусмотрены также нормы потерь, связанных с реализацией товаров по методу самообслуживания. Размеры предреализационных потерь определяются дополнительно к нормам естественной убыли продовольственных товаров приказами органов управления торговли.

Естественной убылью называют потери продовольственных товаров, неизбежно возникающие при нормальных условиях транспортирования, хранения и реализации. Существует несколько видов естественной убыли: усушка, раструска и распыл, раскрошка, утечка, розлив, дыхание.

Усушка – самый распространённый вид потерь, возникающий вследствие испарения влаги и улетучивания веществ. Усушке не подвержены продовольственные товары, упакованные в герметичную тару. Значительны потери влаги при хранении свежих плодов и овощей.

Раструска и распыл – потери сыпучих товаров (муки, крупы, сахарного песка и др.) при перевозке, хранении и реализации этих товаров вразвес.

Раскрошка может возникнуть при разрубке мороженого мяса и рыбы. За исключением карамели обсыпанной и сахара-рафинада она относится к естественной убыли.

Утечка, впитывание в тару характерно для жирных товаров, жиров, халвы и других товаров. Возможны потери клеточного сока мороженого мяса и рыбы при размораживании данной продукции.

Розлив – вид естественной убыли жидких товаров, возникающий при перекачке, при отпуске товара покупателям в розлив.

Дыхание – расход питательных веществ, то есть потеря сухого вещества товаров. Товары повреждённые, с заболеваниями дышат интенсивнее, следовательно, увеличиваются потери сухого вещества. Потери при дыхании свежих плодов и овощей зависят также от их вида и сорта, времени года, вида хранилищ и климатической зоны. Так фрукты, ягоды и овощная зелень отличаются большей интенсивностью дыхания, чем овощи.

Тара – это товарная упаковка, применяемая при перевозке и хранении товаров. Тара предназначена для обеспечения сохранности количества, качества товаров, предохраняет их от внешних воздействий, потерь и порчи. Различные физико-химические свойства сырья, продуктов,

готовых изделий определяют необходимость использования разнообразных видов тары. Классификация тары производится по четырём основным признакам:

- по виду материала – деревянная, стеклянная, металлическая, тканевая, картонно – бумажная, пластмассовая;
- по степени жёсткости (способность сопротивляться механическим воздействиям) – жесткая, полужёсткая, мягкая;
- по степени специализации – универсальная (для нескольких видов товаров) и специализированная;
- по кратности использования – однооборотная и многооборотная (используется неоднократно).

К таре предъявляются определённые требования в соответствии с ГОСТами. К техническим требованиям относятся требования к материалу, размерам, а также прочность, надёжность, обеспечивающую полную сохранность затариваемой продукции и многократное использование тары.

Эксплуатационные требования к таре предусматривают удобство упаковки, распаковки, приёмки, перевозки, хранения, продажи товаров.

Санитарно – гигиенические требования предполагают обеспечение возможности быстрой санитарной обработки и дезинфекции. Экологичность тары – её безвредность, при утилизации тары исключить загрязнение окружающей среды.

Тарооборот включает приёмку, вскрытие, хранение и возврат. Приёмку тары производят по количеству и качеству. Если фактическое количество, качество, цены и маркировки поступившей тары соответствуют данным сопроводительных документов, то материально – ответственное лицо расписывается на них в получении и ставится штамп приёмки, и тара принимается. Вскрытие тары должно производиться специальными инструментами с тем, чтобы сохранить её качество. Хранение тары осуществляется в специально отведённых кладовых или отдельно стоящих помещениях штабельным или стеллажным способом. Тару, имеющую специфический запах хранят отдельно. Порядок возврата тары должен быть предусмотрен в договоре поставки.

В процессе организации оборота тары имеют место расходы и потери. В общественном питании имеются большие возможности для сокращения потерь по таре. Этому способствует проведение организационно – технических и экономических мероприятий.

К организационно – техническим мероприятиям относятся:

- строгое соблюдение всех условий договора поставки по таре; приёмка тары по количеству и качеству; соблюдение правил вскрытия, хранения, возврата тары;
- своевременный ремонт возвратной тары;
- бережное отношение с тарой при погрузке, перевозке, разгрузке;
- обеспечение необходимых условий для сохранности тары;
- организация контроля за ведением тарного хозяйства со стороны администрации предприятия.

К экономическим мероприятиям относятся:

- экономический анализ всех расходов и потерь отдельно по каждому виду тары, разработка мероприятий по снижению потерь по таре;
- своевременный учёт тары, соблюдение договорных обязательств, правильное оформление сопроводительных документов.

Практическая часть

Задание 1. Для сырья, продовольственных товаров, овощей, фруктов и т.д. (таблица 1) подобрать способ хранения и тару, в которой они будут храниться. Указать температуру и сроки хранения данных товаров. Результаты оформить в таблицу 2.

Таблица 1 Сырьё и продукты подлежащие хранению

№ п/ п	Наименование товаров, подлежащих хранению
--------------	---

1	Фрукты свежие
2	Персики (консерв.)
3	Зелень свежая
4	Клубника, брусника
5	Майонез «Слобода»
6	Ветчина из индейки
7	Сметана «Простоквашино», 15%
8	Сливочное масло
9	Жир кулинарный
10	Яйцо куриное
11	Молоко «Ясная поляна», 3,2%
12	Сыр «Российский»
13	Сосиски «Молочные»
14	Вырезка говяжья охлаждённая
15	Телятина охлаждённая
16	Курица охлаждённая
17	Кости говяжьи
18	Хрен (корень)
19	Лук репчатый
20	Морковь свежая
21	Картофель свежий
22	Свекла свежая
23	Каперсы
24	Огурцы соленые
25	Редис
26	Петрушка (корень)
27	Палтус мороженный
28	Осетр живой
29	Треска мороженная
30	Говядина мороженная

Таблица 2 - Способы хранения сырья и продуктов

№ п/п	Наименование товаров, подлежащих хранению	Вид тары	Способ хранения	Срок хранения, ч	t хранения, С
1	Фрукты свежие	Деревянные ящики	Ящичный	96	2 – 6
2				
	И т.д.				

Контрольные вопросы

1. Назовите виды потерь и процессы, их вызывающие.
2. Что такое естественная убыль?
3. Назовите основные меры по предупреждению и снижению потерь.
4. Какие процессы происходят в пищевых продуктах при хранении?
5. Расскажите об условиях и сроках хранения пищевых продуктов.
6. Назовите правила товарного соседства.
7. Назовите основополагающие принципы хранения.
8. Дайте определение понятию - Тарооборот.
9. От чего зависит сохранность и качество тары?

10. Дайте определение понятию - Упаковка.

Практическая работа №16

Исследование ассортимента упаковки

Цель работы: изучить ассортимент упаковки, реализуемой торговыми точками г. Владивостока

Объекты изучения: розничная торговая сеть г. Владивостока

Сеть	Адрес
Мир упаковки	1 Жигура 11А, Владивосток 2 просп. 100-летия Владивостока, 28Г, Владивосток 3 Киевская ул., 15Д, Владивосток 4 Бородинская ул., 26/35, Владивосток5 Фадеева ул., 49А, Владивосток 6 Калинина, 269А, Владивосток 7 Енисейская ул., 23, Владивосток
Планета упаковки	1 Океанский проспект, 54, Владивосток
Тара и упаковка	1 Уткинская ул., 14, Владивосток

Практическая часть

Задание 1. Изучить ассортимент тары и упаковки.

Задание 2. Заполнить таблицу

Наименование изделия	Назначение изделия	Материал изготовления	Страна происхождения	Группа устойчивости к механическим воздействиям	Габариты	Цена
коробка	транспортирование	гофрокартон	Россия	жесткая	среднегабаритная	
банка						
пакет	Фасовка товаров					

Задание 3. Построить структуру ассортимента тары и упаковки в натуральном выражении по:

- видам изделий,
- материалу изготовления,
- стране происхождения

Задание 4. Представить схемы выкладки упаковки

Задание 5. Записать требования к маркировке..... (указать материал) упаковки

Задание 6. Зарисовать товарный ярлык и ценник

Контрольные вопросы и задания

1. Что такое упаковка и тара?
2. Какие функции выполняет тара в торгово-технологическом процессе?
3. Каким основным требованиям должна отвечать тара?
4. Какие документы регламентируют качество тары, находящейся в обращении?

5. Какие требования предъявляются к картонной и деревянной таре, находящейся в обращении?
6. Какие операции с тарой выполняются в процессе ее обращения?
7. В каких случаях тара подлежит возврату?

Практическая работа 17

«Изучение услуг розничной торговли»

Задание 1. Изучите по нормативным документам содержание услуг в магазине.

Заполните предлагаемую таблицу.



Таблица 1- Классификация услуг розничной торговли

№	Услуги торговли	Содержание услуг
1.	Реализация товаров	
2.	Оказание помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании	
3.	Информационно – консультационные услуги	
4.	Создание удобств покупателям	

Задание 2. Изучите Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 №55 "Правила продажи отдельных видов товаров".

- 1) Укажите общие правила оформления ценников.
- 2) Перечислите товары, которые имеют особенности в оформлении ценников, укажите эти особенности.
- 3) Отнесите нижеуказанные услуги к основным или дополнительным.

Результаты оформите в таблице.

Таблица 2-Основные и дополнительные услуги розничного торгового предприятия

Название услуги	Укажите, основная или дополнительная услуга
Упаковка товаров	
Нарезка гастрономических товаров	
Хранение сумок, портфелей и т.п., переданных покупателями персоналу предприятия при входе в торговые залы	
Хранение неоплаченного товара на контроле не более одного часа.	
Возможность оставить на хранение оплаченные крупногабаритные и тяжеловесные товары на срок не более суток	
Временное хранение оплаченных крупногабаритных и тяжеловесных товаров на срок до 3-х суток;	
Хранение непродовольственных товаров до оплаты от 1 до 2 часов;	
Погрузка тяжелых и крупногабаритных изделий на автотранспортное средство	

покупателя, если вывоз товара покупатель осуществляет самостоятельно;	
Комплектование и оформление подарочных наборов;	
Доставку товаров покупателям на дом или иное, указанное покупателем, место;	
Сборка, установка и подключение сложнотехнических товаров;	
Сборка, установка и подключение товаров в тех случаях, если техническими требованиями не предусмотрены условия об обязательном участии соответствующего специалиста (например, подключение холодильника).	

Задание 3. Изучить классификацию дополнительных услуг по степени связи с процессом продажи, заполнить таблицу, указав по 3 примера для каждой группы:

Таблица 3 -Дополнительные услуги розничного торгового предприятия

I. Связанные с продажей конкретных товаров		II. Не связанные непосредственно продажей конкретных товаров
Оказываемые в процессе продажи	Осуществляемые в процессе послепродажного обслуживания	

Практическая работа 17

«Оценка качества торгового обслуживания методом SERVQUAL»

Задание 1. Составить анкету для проведения социологического опроса с целью оценки качества торгового обслуживания методом SERVQUAL. Анкета должна содержать 22 вопроса (единичных показателя), сгруппированных в 5 групп (таблица 29):

- осязаемости (*tangibles*).
- надежности (*reliability*);
- отзывчивости (*responsiveness*);
- убедительности (*assurance*);
- сочувствию (*empathy*).

Таблица 1-Показатели качества для оценки торговой услуги

п\п	Критерии качества (групповой показатель)	Единичные показатели качества
	Надежность	
	Отзывчивость	
	Материальность, осязаемость	
	Убедительность, уверенность	

	Сопереживание	
--	---------------	--

Задание 2. Провести социологический опрос, в котором респонденты должны оценить качество торговой услуги по пятибалльной до посещения магазина (ожидание) и после посещения магазина (восприятие).

Таблица 2 - Оценка показателей качества торговой услуги

№п\п	Показатели качества	Ожидание (Е)					Восприятие (Р)				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Задание 3. Обработать результаты анкеты и определить общий показатель качества (Q). Результаты оформить в виде таблицы 4.

Методика определения общего показателя качества(Q):

1.определить среднее значение ожидания и восприятия по всем анкетам (каждого из 22 показателей);

2.определить единичный коэффициент качества (по каждому из 22 показателей) по формуле:

$$Q_i = P_i - E_i$$

3. найти средний групповой коэффициент качества

4. найти общий показатель качества.

Таблица 3 -Оценка качества торговой услуги методом SERVQUAL

Показатели качества торговой услуги		Ожидание(по всем анкетам) (Е)	Восприятие(по всем анкетам) (Р)	Единичный коэффициент качества Q=P-E
Групповой показатель качества	Единичный показатель качества			
Надежность	1 2 3 4 5			
Средний показатель надежности	\bar{H}_j			
Отзывчивость				
Средний показатель отзывчивости	\bar{O}_j			
Материальность, осязаемость				
Средний показатель материальности, осязаемости	\bar{M}_j			
Убедительность, уверенность				
Средний показатель убедительности, уверенности	\bar{Y}_j			
Сопереживание				

Средний показатель сопереживания	\bar{C}_j			
Общий показатель качества				

Задание 4. Сделать выводы и внести соответствующие предложения в совершенствование качества обслуживания.

Практическая работа №18 Размещение товаров на складе

Цель данного занятия – изучение метода Парето (правила 20/80) и приобретение навыков его практического применения для оптимизации размещения товаров на складе.

Ассортимент склада включает 27 позиций. Перечень товарных наименований и количество грузовых пакетов представлены таблице.

Таблица 1-Реализация за отчетный период

Товар (наименование ассортиментной позиции)	Количество отпущенных грузовых пакетов	Товар (наименование ассортиментной позиции)	Количество отпущенных грузовых пакетов
А	10	О	10
Б	0	П	5
В	15	Р	10
Г	145	С	15
Д	160	Т	0
Е	25	У	75
Ж	0	Ф	5
З	15	Х	0
И	20	Ц	10
К	80	Ч	5
Л	5	Ш	0
М	15	Э	15
Н	210	Ю	85
Я	10		

Груз поступает и отпускается целыми грузовыми пакетами, хранится на стеллажах, на поддонах в пакетированном виде, все операции с ним полностью механизированы. За отчетный период на склад поступило 945 единиц грузовых пакетов и столько же отпущено.

Перемешать карточки (буквами обозначены товары; цифрами указано число грузовых пакетов конкретного товара, отпущенных со склада в течение отчетного периода).

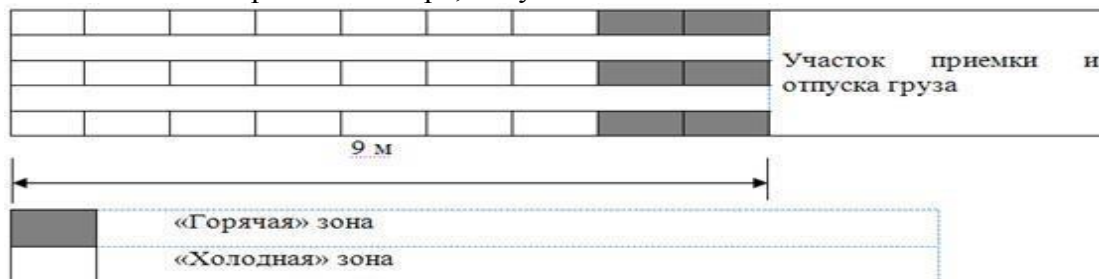


Схема размещения мест хранения на складе

Участок приемки и отпуска груза

Определим общее число перемещений товаров на складе следующим образом:

$$П = \sum 2ln$$

где П – общее число перемещений на складе;

2l – удвоенное расстояние места хранения товарной позиции на складе, м;

n – количество грузовых пакетов, отпущенных за отчетный период.

Таблица 2 -Расчет общего числа перемещений товаров на складе

Удвоенное расстояние места хранения товарной позиции на складе, м (2l)		18	1 6	14	1 2	1 0	8	6	4	2	Итого вряду
Ряд № 1	Число грузовых пакетов, n	21 0	1 0	5	1 0	0 5	8 5	2 5	0 5	1 5	360
	Число перемещений	37 80	1 6 0	70	1 2 0	0 8 0	6 5 0	1 5 0	0 0 0	3 0	4990
Ряд № 2	Число грузовых пакетов, n	10	1 0	15	1 5	0 5	7 5	1 6	2 0	5	310
	Число перемещений	18 0	1 6 0	21 0	1 8 0	0 0 0	6 0 0	9 6 0	8 0 0	1 0	2380
Ряд № 3	Число грузовых пакетов, n	0	1 5	14 5	8 0	1 0	5 0	0	5	1 5	275
	Число перемещений	0	2 4 0	20 30	9 6 0	1 0 0	4 0 0	0	2 0 0	3 0	3420
Общее число перемещений товаров на складе:											10790

Выделим значимый (с точки зрения количества внутрискладских перемещений) ассортимент склада и разместим его в "горячей" зоне.

Для выделения значимого ассортимента применяется правило Парето (20/80)

Для разделения товаров на группы необходимо расположить все ассортиментные позиции в порядке убывания количества грузовых пакетов, отпущенных за отчетный период. После этого первые шесть позиций (примерно 20% наименований) дадут примерно 80% объема работы склада, т.е. числа грузовых пакетов.

Разместим товары на складе с учетом правила Парето

Участок приемки и отпуска груза

И вновь определим общее число перемещений по той же схеме.

Таблица 3

Удвоенное расстояние места хранения товарной позиции на складе, м (2l)	1 8	1 6	1 4	1 2	1 0	8	6	4	2	Итого вряду
--	--------	--------	--------	--------	--------	---	---	---	---	----------------

Ряд № 1	Число грузовых пакетов, n	0 0 5 1 1 1 2 7 2	355
	Число перемещений	0 0 7 1 1 1 1 3 4	1330
Ряд № 2	Число грузовых пакетов, n	0 0 5 1 1 1 2 8 1	300
	Число перемещений	0 0 7 1 1 1 1 3 3	1170
Ряд № 3	Число грузовых пакетов, n	0 5 5 1 1 1 1 8 1	290
	Число перемещений	0 8 7 1 1 1 9 3 2	1210
Общее число перемещений товаров на складе:			3710

Найдем во сколько раз сократится число перемещений при условии размещения значимого ассортимента товаров в "горячей" зоне:

$$10790 / 3710 = 2,91 \text{ раза}$$

Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

1. Тема: Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.

Цель работы: Знакомство с видами оборудования, их назначением и особенностями эксплуатации. Анализ процессов товародвижения. Разработка рекомендаций по повышению уровня механизации и автоматизации товародвижения.

2. Тема: Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами.

Цель работы: Знакомство с видами оборудования предприятий розничной торговли, его назначением и применением. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сверх применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя).

3. Тема: Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами.

Цель работы: Изучение особенностей оборудования для торговли продовольственными товарами, назначения и фактического использования. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сфер применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя).

4. Тема: Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли.

Цель работы: Провести анализ оборудования действующей торговой точки, выявить недостатки используемых видов торгового оборудования. Обосновать предложения по замене отдельных видов оборудования, выполнить планировку торговой точки до и после технического перевооружения

Итоговое задание

Итоговым заданием при изучении курса «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда» является выполнение проекта технического перевооружения торгового предприятия.

Для выполнения этого задания рекомендуется выбрать какой-либо небольшой магазин и провести его техническое перевооружение. То есть проанализировать характеристики действующего оборудования, сравнить с характеристиками современного оборудования и обосновать замену оборудования на более совершенное. Возможно также введение каких-нибудь новых позиций торгового оборудования, которых не было раньше.

Пример выполнения такого задания с замечаниями прилагается.

Пример выполнения итогового задания

Справка о магазине «ФИЛ»

Магазин «ФИЛ» - обычный придомовой магазин со средним продовольственным ассортиментом, также в продаже имеются сопутствующие бытовые товары.

Достоинства:

- Есть безналичный расчет;
- Удобное расположение для жителей близ лежащих домов;
- Товар закупается мелкими партиями, поэтому продукция всегда свежая.

Недостатки:

- Работает не круглосуточно (с 9:00 до 22:00);
- Неудобная планировка, как следствие дискомфорт нахождения в магазине для

покупателей;

1. Планировка (расстановка) оборудования до перевооружения

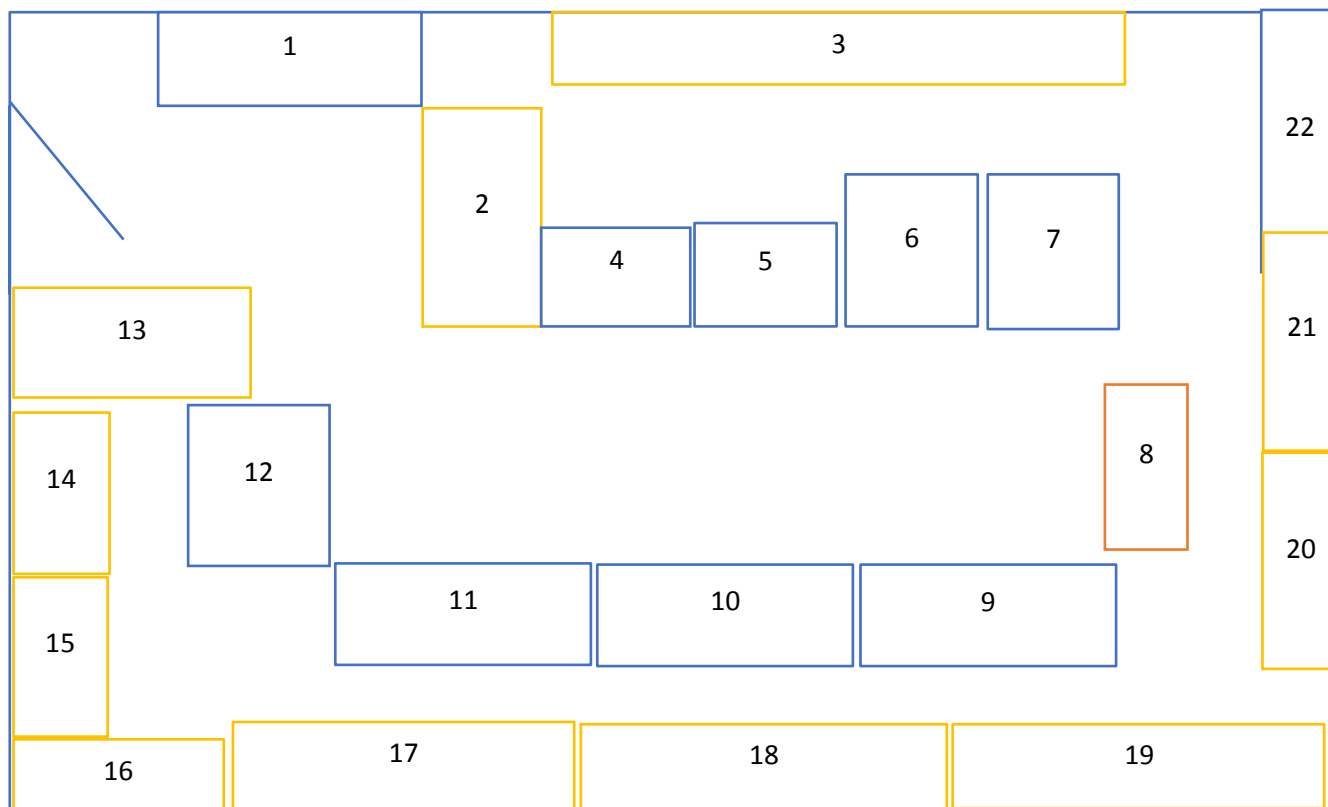


Рис.1 Планировка (расстановка) оборудования до перевооружения

- 1 – Стекланные холодильные шкафы-купе с пивом и водой;
- 2 – Торговая витрина с конфетами и шоколадом;
- 3 – Стеллажи металлические с алкогольной продукцией (Водка, Вино, Коньяк и т.д.);
- 4 – Морозильный ларь прямым стеклом с замороженными овощами;
- 5 – Морозильный ларь прямым стеклом с мороженым;
- 6 – Морозильный ларь с прямым стеклом полуфабрикатами;
- 7 – Морозильный ларь с прямым стеклом полуфабрикатами;
- 8 – Прилавок с кассой мелкими сопутствующими товарами;
- 9 – Холодильная витрина с сыром и сырными продуктами;
- 10 – Холодильная витрина с колбасой и готовыми и мясными продуктами;
- 11 – Холодильная витрина с рыбой и морепродуктами;
- 12 – Морозильный ларь с прямым стеклом с замороженными мясом;
- 13 – Витрина с бытовой химией и сопутствующими товарами;
- 14 – Витрина с бытовой химией;
- 15 – Стеллаж для хлебобулочных изделий;
- 16 – Стеллаж для хлеба;
- 17 – Витрина с кондитерскими изделиями;
- 18 – Стеллаж металлический с соусами и приправами;
- 19 – Стеллаж металлический с чипсами и различными снеками;
- 20 – Шкаф для сигарет с раздвижными дверями для сигарет;
- 21 – Стеллажи металлические с водами и соками;
- 22 – Холодильная витрина с овощами и фруктами;

Недостатки плана магазина:

- Из-за холодильных витрин, не видно полностью стеллажей, поэтому покупателям приходится тянуться;
- Также из-за неудачной расстановки торгового оборудования на полу стоят: воды (5 л), мешки с овощами и др. тяжелые продукты, что мешает покупателям ознакомиться с ассортиментом;
- Так как нет самообслуживания, на кассе выстраивается очередь вдоль витрин, что также мешает полноценно ознакомиться с ассортиментом;
- Морозильное оборудование стоит в разных местах, что неудобно для покупателей (приходится переходить из одного края зала в другой.)
- Холодильные витрины заполнены не полностью/полупустые (неэффективное использование)
- Оборудование поставлено таким образом, что продавец может не заметить кражи товара (особенно со стекланные холодильные шкафы-купе с пивом и водой №1), а противокражной системы нет.

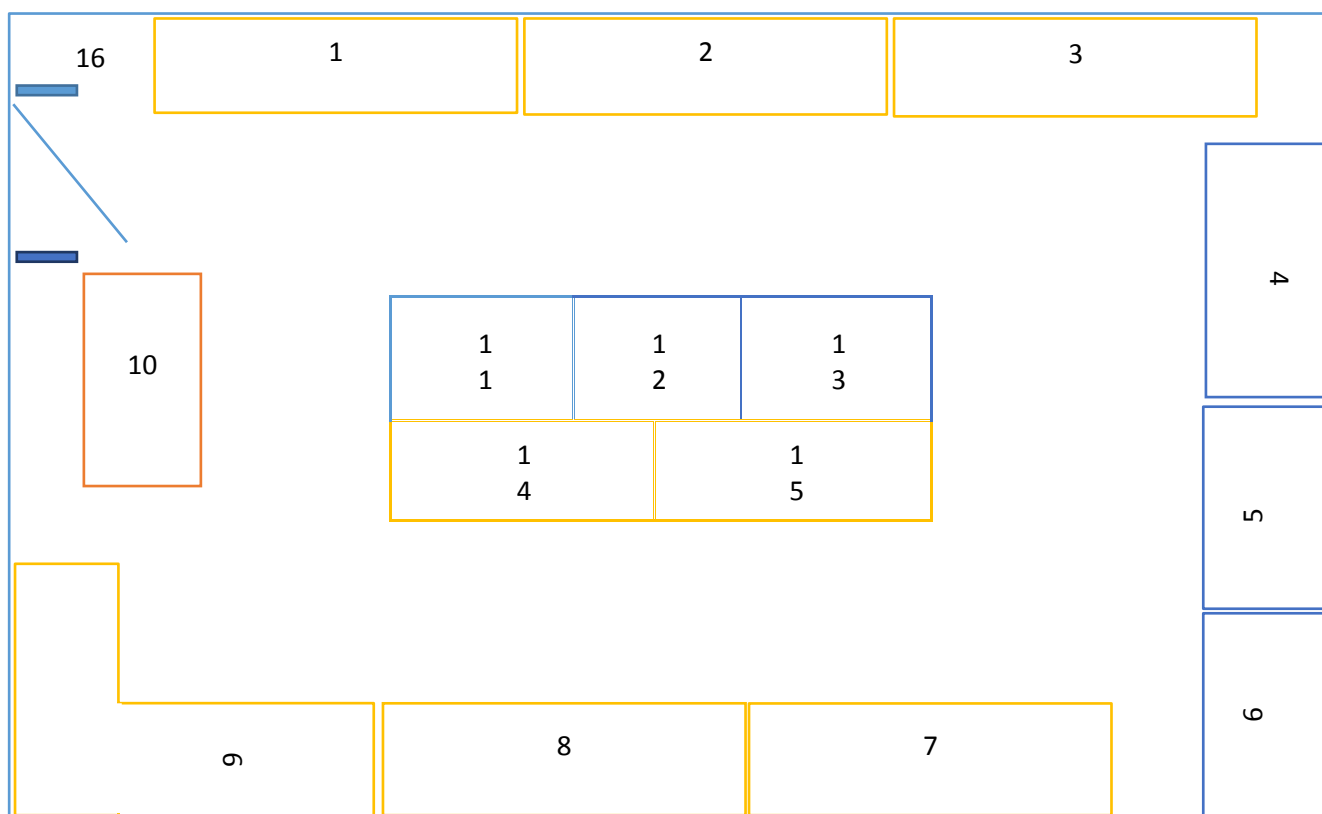


Рис.2 Планировка и расстановка оборудования после перевооружения

- 1 – Стеллаж металлический с бытовой химией и сопутствующими товарами;
- 2 – Стеллаж металлический с крупами и едой быстрого приготовления;
- 3 – Стеллаж металлический с соусами и приправами;
- 4 – Холодильная витрина с колбасами, готовыми мясными продуктами, сырами и готовыми рыбными и морепродуктами;
- 5 – Холодильная витрина с овощами и фруктами;
- 6 – Стеклохолодильные шкафы-купе с пивом и водой;
- 7 – Стеллажи металлические с алкогольной продукцией (Водка, Вино, Коньяк и т.д.);
- 8 – Стеллажи металлические с водами и соками;
- 9 – Стеллаж для хлебобулочных изделий;
- 10 – Прилавок кассовый с мелкими сопутствующими товарами;
- 11 – Морозильный ларь с мороженым;
- 12 – Морозильный ларь с гнутым стеклом с замороженным мясом;
- 13 – Морозильный ларь с гнутым стеклом с полуфабрикатами;
- 14 – Торговая витрина с конфетами и шоколадом;
- 15 – Стеллаж металлический с чипсами и различными снеками;
- 16 – противокражная система (рамка+радиометки)

Достоинства перепланировки магазина:

- Самообслуживание, позволит покупателям выбрать продукт самому, без участия продавца консультанта;
- Замена холодильных витрин, на горки холодильные, для экономии пространства и эффективного использования оборудования;
- Замена морозильных ларей с прямым стеклом на морозильные лари с гнутым стеклом;
- Расстановка оборудования одного назначения (например, морозильного) в одном краю магазина.

- Установка противокражной системы.

Замечания по примеру выполнения итогового задания

1) При техническом перевооружении магазина необходимо сохранить его действующую организационную форму и менять оборудование только в ее рамках. То есть, если первоначальная форма продажи в магазине – через прилавок, то и оборудование меняем так, чтоб оно подходило именно торговле через прилавок. Если же это магазин самообслуживания, то и оборудование меняем соответственное этой форме.

2) Замена холодильных витрин на холодильные горки является нерациональной для торговли через прилавок, т.к. продавец там сам выдает товар покупателю. Это значит, что необходимости в холодильных горках просто нет. Также у холодильных горок значительно выше затраты на электроэнергию, потому что они являются открытыми, и холодный воздух попадает в помещение. Плюс ко всему, продавцу нельзя весь день стоять у холодильной горки, так как это будет вредно для его здоровья из-за постоянного потока холодного воздуха оттуда.

3) Замена морозильных ларей с прямым стеклом на морозильные лари с гнутым стеклом будет

– с экономической точки зрения убыточным. Так как придется покупать новое оборудование и продавать старое по заниженной цене (т.к. оно б/у), а из-за этого можно потерять десятки тысяч рублей.

– с потребительской точки зрения практически бессмысленным, т.к. холодильные лари с гнутым стеклом почти ничем не отличаются от холодильных ларей с прямым стеклом, за исключением того, что многие потребители чисто визуально предпочитают холодильные лари с гнутым стеклом, что лишь незначительно влияет на степень удовлетворенности покупателей.

4) Расстановка оборудования одного назначения в одном краю магазина будет нецелесообразной, т.к. в магазинах, где продажа ведется через прилавок, как правило, небольшая площадь помещения. Поэтому в первую очередь нужно думать о том, чтобы в имеющемся пространстве расположить оборудование максимально рационально. Также в магазинах самообслуживания оборудование расставляется согласно правилам мерчендайзинга, чтобы стимулировать продажи. Но в магазинах с прилавочной формой, вероятно, не придется обходить весь магазин, чтобы рассмотреть весь товарный ассортимент и практически все товары можно увидеть с одной точки.

5) Противокражная система в виде рамок с радиометками подходит для магазинов самообслуживания, но не для магазинов с прилавочной формой продаж, т.к. в таких магазинах товары обычно не защищаются противокражными датчиками.

Таким образом, все техническое перевооружение было произведено с учетом изменения прилавочной формы продаж на самообслуживание. А изменять организационную форму недопустимо.

5.4 Примеры расчетно-графических работ

Расчетно-графическая работа 1

Тема: Мерчендайзинг товаров

Цель работы: изучить способы выкладки товаров, реализуемых в розничных торговых точках г. Владивостока, построить планограмму

Объекты изучения: розничная торговая сеть г. Владивостока

Задание 1. Проанализируйте выкладку товаров на примере любой товарной группы (выберите самостоятельно), сделайте планограмму (пример планограммы рис.1). Внесите предложения в выкладку данной товарной группы, приложите новую планограмму.

Планограмма шоколадных наборов

Планограмма выкладки шоколадных наборов									
до 200 гр	Шок, набор Чудный вечер с клубничным кремом 180г Покров	Шок, набор Сливый бархат с амаретто 200г Покров	Шок, набор Букет любви 200г Красный Октябрь	Шок, набор Золотая нива 200г Бабаевский	Шок, набор Ассорти 200г Победа	Шок, набор Баунти Escarre кокос/молочный шоколад 186г	Шок, набор Ferrero Rocher 200г Ferrero	Шок, набор Раффалло 150г	Полка 1
до 300 гр	Шок, набор Чудный вечер ассорти 240г Покров	Шок, набор Чудный вечер с кокосовой стружкой 240г Покров	Шок, набор Ассорти: Возвращаем любимым 285г Красный Октябрь	Шок, набор Ореховая роща 250г Баб,	Шок, набор Ассорти 300г Бабаевский	Шок, набор Любимый бархат 300г Каруна	Шок, набор Ассорти 250г Рот Фронт	Шок, набор Раффалло мандарин 240г Ferrero	Полка 2
до 400 гр	Шок, набор Чудный вечер 360г Покров	Шок, набор Праздничные любимые 330г Красный Октябрь	Шок, набор Любимый 370г Красный Октябрь	Шок, набор Вдохновение 450г Бабаевская КФ	Шок, набор Конфет с клубничным кремом 300г Баб	Шок, набор Ассорти 400г КФ	Шок, набор Осенний вальс 320г РотФронт	Шок, набор Раффалло ж/б 300г Ferrero	Полка 3
до 500 гр	Детский подарок Телефон 350г Сормовская КФ	Детский подарок Сладкая для Деда Мороза 800г Сормовская КФ	Шок, набор Вечерний аромат 450г Бабаевский	Шок, набор Визит 450г Бабаевский	Шок, набор Бабаевские 600г Бабаевский	Шок, яйцо с сюрпризом 50г	Шок, яйцо Стрелы Мира 50г	Шок, яйцо Барушкой Дюйсбург 20г 1-шт	Полка 4
до 600 гр	Детский подарок Телефон 450г Сормовская КФ	Шок, фигура Дед Мороз 50г	Шок, набор Вечерний аромат 600г Бабаевская КФ	Шок, набор Визит 600г Бабаевская КФ	Шок, набор У каминя 600г Бабаевские	Шок, яйцо Киндер 20г	Шок, яйцо с верушкой Zotto 20г 1шт	Шок, яйцо Барушкой Dues 20г 1шт	Полка 5
		Покров		Бабаевская КФ			Фереро		
		Красный Октябрь		Коркунов			Рот Фронт		
		Сормовская КФ		Другие			Шоколадные яйца		

Рис.1.-Планограмма шоколадных наборов

Задание 3. Укажите средства рекламы о товарах в местах продаж и их содержание, приведите примеры. Укажите преимущества и недостатки, внесите предложения в выкладку товаров.

Расчетно-графическая работа 2

Тема: Мерчандайзинг торгового предприятия города Владивостока

Задание 1. Изучить требования нормативных документов к информации на вывеске торгового предприятия.

Таблица 1 - Требования к информации на вывеске торгового предприятия

Нормативный документ	Требование к информации
Гражданский кодекс РФ	
Закон РФ «О защите прав потребителей»	
ФЗ «Об обществах с Ограниченной ответственностью»	
ГОСТ Р 51773-2009	

Задание 2. Выберите географический сегмент (район, микрорайон, улицу и т.д.), на примере которого будете изучать торговую сеть. Опишите его местонахождение (границы, состав улиц, площадь территории). Укажите из выбранного географического сегмента различные типы торговых предприятий (всего не менее 10). Можно воспользоваться данными из предыдущей самостоятельной работы.

Укажите фирменные наименования торговых предприятий. Проанализируйте названия торговых предприятий на соответствие требованиям нормативно-правовых документов. Сделайте соответствующие рекомендации.

Задание 3. Проанализируйте названия торговых предприятий (не менее 10 типов) на соответствие требованиям рекламоспособности. Сделайте соответствующие рекомендации.

Задание 4. Описать внутренний вид 1 торгового предприятия по следующему плану:

- дать характеристику торговому предприятию (специализация, тип и т.д.), указать его адрес и фирменное наименование;
- составить план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования;
- определить ассортимент товаров (группы, подгруппы, виды, разновидности), реализуемых в данном магазине и признаки группировки ассортимента по отделам (секциям, комплексам) магазина;
- определить систему движения покупателей (по часовой стрелке, против часовой стрелки, принудительное, индивидуальное);
- указать существующие ориентиры, указатели об отделах, месте касс.

Задание 5. Изучите размещение товаров в магазине и выполните схему размещения товаров по аналогии с рис.1.

- Классифицируйте товары по частоте спроса и обоснуйте их месторасположение.
- Покажите «золотой треугольник» и сделайте выводы по правильности (неправильности) месторасположения товаров в «золотом треугольнике».
- Укажите преимущества и недостатки расположения товаров.
- Предложите более рациональную схему размещения товаров, рисунок приложите.

предприятия										
Организационно– правовая форма и вид предпринима- тельской деятельности										
Вид здания										
Специализация										
Тип магазина										
Форма и вид интеграции										
Территориальная концентрация										
Местоположение										

5. Изучение Правил розничной торговли и защиты прав потребителей

В ходе практического занятия студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить структуру и содержание нормативно-правовой базы, регламентирующей правила продажи и обслуживания покупателей, правила продажи отдельных видов товаров, правила работы торговых предприятий.

2. Используя ситуационные задачи, на практических примерах закрепить теоретические знания.

Задание 1. Разрешите спорные ситуации, возникшие при продаже товаров в розничных предприятиях (опубликованы в СМИ)

1. Часто в коммерческих магазинах продаются импортные золотые украшения без проб. Как быть в этом случае?

2. Я купила своей матери в подарок золотые серьги. Когда на следующий после покупки день я показала ей серьги, то оказалось, что они ей совершенно не подходят. Что мне теперь делать?

3. При покупке стиральной машины в магазине настаивают, чтобы подключал ее мастер из магазина. Правы ли они?

4. Недавно в магазине отказались отложить товар на час. Разве теперь таких правил не существует?

5. Я купил жене в подарок кольцо с камнем, подходящим ей по знаку зодиака. Но оказалось, что ошибся. Хотел в магазине поменять на такое же, но с другим камнем, а мне отказали. Правильно ли это?

6. Приобрела в магазине лисью шубу. Придя домой, обнаружила, что она не подходит мне по размеру. Имею ли я право обменять шубу на другую?

7. Я приобрела импортный холодильник. Дома из инструкции узнала, что подключать его должен только специалист. Скажите, могу ли я обратиться в магазин и потребовать, чтобы мне подключили холодильник?

Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

1. Анализ оборудования предприятия оптовой торговли (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
2. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях.
3. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях.
4. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия и по источнику энергии.
5. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций и по консистенции товаров.

6. Назначение тары-оборудования.
7. Анализ оборудования склада-магазина (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
8. Анализ оборудования магазина продовольственных товаров (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
9. Эксплуатационно-технические и санитарно-гигиенические требования к торговой мебели. Эргономические и эстетические требования к торговой мебели.
10. Изучение новейшего торгового оборудования на предприятии, осуществляющем его продажу.

5.2 Раздел 4. МДК 01.04 Техническое коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и биржах

Темы рефератов

1. История развития биржевой торговли, ее тенденции в мировой и отечественной практике.
2. Современный биржевой рынок России.
3. Роль биржевой торговли в современной мировой экономике. Крупнейшие международные биржевые центры.
4. Организация и регулирование деятельности российских бирж.
5. Маклеры на русских биржах.
6. Товарные биржи в СССР.
7. Государственное регулирование биржевой деятельности. Закон РФ «О товарных биржах и биржевой деятельности».
8. Основные требования, предъявляемые к регулированию биржевой деятельности со стороны государства.
9. Порядок организации и лицензирования биржевой торговли. Учредители биржи и оформление документов на регистрацию.
10. Брокерская фирма и ее место на бирже.
11. Роль расчетной палаты в организации биржевых торгов.
12. Товарные рынки, процесс их формирования. Товарные биржи и их деятельность на рынке.
13. Роль товарных бирж в мировой торговле.
14. Организация и техника торгов в России и за рубежом.
15. Виды поручений клиентов и условия покупки реального товара на бирже.
16. Методы ведения торгов (аукционная, электронная, торговля «шепотом», выкрикивания).
17. Основные функции фьючерсных бирж. Биржевые спекуляции. Характеристика участников фьючерсных торгов.
18. Механизм биржевой фьючерсной торговли. Методы ведения торгов. Порядок определения цены контракта, его основные характеристики.
19. Роль расчетной палаты, как гаранта выполнения сделок. Маржа во фьючерсной торговле.
20. Процедура клиринга.
21. Операции с опционами на фьючерсных биржах (понятие и виды опционов, основные характеристики цены опциона, стратегии использования опционов).
22. Страхование рисков на рынке фьючерсных контрактов (концепция и практика хеджирования).
23. Основные фьючерсные и опционные рынки.

Практические работы

Задания (практические ситуации)

1. Методика решения задачи 1 типа

На рынке хлопка цена по сделкам спот составляет 50 центов за фунт, а с поставкой через 2 месяца – 52 цента за фунт. Предположим, спекулянт купил 50 тыс. фунтов (25 тыс. долл.) хлопка с немедленной поставкой и продал ее с поставкой через два месяца. Если к моменту поставки

цена на рынке спот будет по-прежнему 50 центов за фунт то его выигрыш составит 2 цента за фунт (52 – 50 цент/фунт) или 1 тыс. долл. минус накладные расходы (плата за хранение, страхование товара, проценты за кредит, комиссионные брокеру и др.).

Пример оформления задачи

Рынок спот

Покупка по 50 цента/фунт

Спустя два месяца:

Текущая цена 50 цента/фунт

Результат: прибыль 2 цента/фунт минус накладные расходы

Рынок форвард

Продажа по 52 цента/фунт

Задача 1.1.

На рынке какао-бобов цена по сделкам спот составляет 889 ф.ст. за тонну, а с поставкой через 2 месяца – 914 ф.ст. Предположим, спекулянт купил одну тонну какао-бобов с немедленной поставкой и продал ее с поставкой через два месяца. *Какой результат получит торговец, если к моменту поставки цена спот превысит цену его форвардного контракта и составит 920 ф.ст.? Дайте пояснение выбранному Вами варианту решения задачи.*

Задача 1.2.

На рынке какао-бобов цена по сделкам спот составляет 889 ф.ст. за тонну, а с поставкой через 2 месяца – 914 ф.ст. Предположим, спекулянт купил одну тонну какао-бобов с немедленной поставкой и продал ее с поставкой через два месяца. *Какой результат получит торговец, если цена на рынке спот упадет ниже цены закупки (предположим, до 880 ф.ст.)? Дайте пояснение выбранному Вами варианту решения задачи.*

Задача 1.3.

Цена какао-бобов на рынке спот составляет 935 ф.ст., а цена с поставкой через 3 месяца – 930 ф.ст. спекулянт заключает обе сделки и ожидает изменения цен на момент получения товара по форвардному контракту. *Какой результат сделки он получит, если:*

1 – цена спот через три месяца составит 935 ф.ст.;

2 – цена спот через три месяца составит 940 ф.ст.;

3 – цена спот упадет до 920 ф.ст.

Дайте пояснение каждому выбранному Вами варианту решения задачи.

2. Методика решения задачи 2 типа

Если определена величина контракта и способ его котировки цен, можно подсчитать стоимость фьючерсного контракта. Например, стоимость фьючерсного контракта на медь (единица контракта 25 тыс. фунтов) при цене 60 центов за фунт составит

$$25\,000 \times 0,60 = 15 \text{ тыс. долл.}$$

Определяя стоимость контракта, необходимо внимательно смотреть на способ котировки. В котировальных бюллетенях единицы котировок часто опускаются, поэтому котировка 60,00 за медь может быть принята как 60 центов за фунт, так и 60 долл. за тонну.

Разница в стоимости контракта по длинной или короткой позициям определяется как разница между ценой заключения сделки и текущей котировкой, умноженной на единицу контракта, то есть изменение в стоимости контракта равно изменению в цене, умноженному на величину контракта.

Если стоимость контракта на момент t_1 обозначить символом V_{t_1} , а стоимость в момент t_2 – символом V_{t_2} , то разница в стоимостях в интервале t_1 и t_2 определяется так (формула 1):

$$\Delta V = V_{t_2} - V_{t_1}, \tag{1}$$

Стоимость контракта получаем (формула 2):

$$V_{t_1} = P_{t_1} \times C \qquad V_{t_2} = P_{t_2} \times C \tag{2}$$

где P – цена,

C - единица контракта

Преобразуя формулу (1), получаем (формула 3):

$$\Delta V = (P_{t_2} - P_{t_1}) \times C \tag{3}$$

Задача 2.1

Какова стоимость контракта на хлопок, если хлопок котируется по 48,00 центов за фунт, величина контракта 50 тыс. фунтов.

Задача 2.2

Какова стоимость контракта на соевое масло, если цена составляет 32, 08 цента за фунт, величина контракта 60 тыс. фунтов.

Задача 2.3

Определить прибыль или убыток для держателя длинной позиции по контракту на соевое масло, если цены падают с 32,05 до 31,70 центов.

Задача 2.4

Участник, имеющий длинную позицию по февральскому контракту на медь, решил ликвидировать свое обязательство. *Что ему нужно сделать?*

Задача 2.5

Участник продал фьючерсный контракт на декабрь по нефти за 14,7 долл. за баррель (единица контракта 1000 бар.) На день, предшествующий дню выписки нотиса, котировка составила 14,2 долл. *На какую сумму он выпишет счет покупателю и какова будет итоговая цена нефти для него?*

Задача 2.6

Стоимость контракта с момента его заключения упала на 3 221 долл. *Кто проигрывает от такого изменения контракта?*

Задача 2.7

Минимальное изменение цены контракта составляет 1/8 цента. *На сколько пунктов можно изменить цену контракта? Сколько это составляет тиков?*

Задача 2.8

Цена контракта составляет 14,41 долл., единица контракта – 1000 баррелей, депозит – 800 долл. *Определите показатель леввериджа.*

Задача 2.9

Участник фьючерсного рынка продал фьючерсный контракт на хлопок по цене 50 центов за фунт. Единица контракта – 50 тыс. фунтов. *Какова будет его прибыль (убыток), если в конце срока контракта цена на фьючерс составит:*

1. 48,2 цента
2. 51,3 цента.

ЗАДАЧА

Условие задачи . В г. Владивостоке проводится зональная ярмарка предметов гардероба летнего сезона. Время проведения ярмарки с 21 февраля по 2 марта 20__ года. Место проведения ярмарки кампус ДВФУ, остров Русский, демонстрационный зал.

Варианты заданий

1. Новосибирский кожевенно-обувной комбинат ОАО «Обь» предполагает представить на ярмарку 8 новых видов женской летней обуви и 12 модернизированных моделей. Из 8 новых моделей, два вида имеют белый цвет, один вид имеет черный цвет, остальные цветные. Из 12 модернизированных моделей 5 – белых, 3- черных, остальные цветные. Половина обуви (новой и модернизированной) на каблуках, 25% на танкетках и 25% на сплошной подошве.

2. Уссурийский кожевенно-обувной комбинат ЗАО «Золушка» предполагает представить на ярмарку 4 новых женских модели и 6 традиционных моделей. Все новые модели цветные, традиционные черного и темно-коричневого цвета. Новые модели двух видов на каблуках, два вида на сплошной подошве. Все традиционные модели на каблуках.

3. Бирабиджанская обувная фабрика ОАО «Красный факел» предполагает представить женскую обувь семи новых моделей, четырех модернизированных и шести традиционных моделей. Новые модели: одна - белого цвета, четыре – цветные и две – черные; четыре модернизированные модели – цветные; три традиционные модели – белого цвета и три – черного. четыре новые модели на каблуках и три на сплошной подошве. Модернизированные: одна модель на танкетке, остальные на каблуках. Традиционные модели: 50% на каблуках, 50% на сплошной подошве.

4. Владивостокская швейная фабрика ОАО «МАРТ» предполагает представить 18 моделей новой женской одежды, из них 8 летних платьев, 2 сарафана, 6 костюмов с юбкой и 2 костюма брючных.

5. Хабаровская швейная фабрика предполагает представить 24 новые модели, из которых 16 женских моделей и 8 мужских. Женские модели распределились следующим образом: 6 моделей платьев, 3 сарафана, 5 брючных костюмов и 2 костюма с юбками. Мужские модели: 5 моделей костюмов спортивного стиля, 2 классического стиля и одна модель кантри стиля.

6. Иркутская швейная фабрика ОАО «Ангара» предполагает выставить 10 новых женских моделей и 12 мужских моделей одежды. Женские модели распределились следующим образом: 2 модели платьев, 2 модели сарафанов, 2 модели брючных костюмов и 4 модели костюмов с юбками. Мужские костюмы: классического типа – 5 моделей, спортивного типа 4 модели, кантри стиля 3 модели.

7. Артемовская трикотажная фабрика ЗАО «Чайка» предлагает 8 видов моделей женского трикотажа и 4 мужского: 5 моделей футболок, 4 модели блузонов, 8 моделей блейзеров, 2 модели брюк, 4 модели платьев и 5 моделей юбок. Мужской трикотаж: 2 модели футболок, 2 модели спортивных рубашек.

8. Трикотажная фабрика г. Читы ОАО «Даурия» предлагает 24 модели женского трикотажа и 8 мужского. Женский трикотаж: 4 модели футболок, 10 моделей платьев, 6 моделей юбок и 4 модели блейзеров. Мужской трикотаж: 4 модели футболок и 4 модели спортивных рубашек.

9. Хабаровский кожгалантерейный комбинат ОАО «Гранд» предложил 8 моделей сумок, 5 моделей мужских барсеток, 13 моделей поясов и ремней.

10. Партизанская галантерейная фабрика ЗАО «Сучан» предлагает 6 видов сумок, 4 вида поясов и ремней, 10 видов кошельков и 2 вида мужских барсеток.

Методика решения задачи 3

Каждому предприятию необходимо представить предварительную заявку на участие в ярмарке (Приложение 1), рассчитать размер необходимой площади для продажи и предоставления товаров (Приложение 2), составить рекламное объявление и заявку на участие в ярмарке (Приложение 3). Для эффективного проведения ярмарки необходимо разработать план-график руководителя работ по участию в ярмарке (Приложение 4) и составить смету расходов по региональной ярмарке (Приложение 5). В процессе работы ярмарки составить контрольную ведомость по работе с посетителями с развернутым комментарием. (Приложения 6,7,8). Кроме того, при закупке покупатели отдавали предпочтение цветной обуви, ее спрос превысил спрос на обувь черного цвета на 12% и на 32 % на белую. В то же время спрос на белую обувь был ниже на 20% по сравнению с черной обувью.

Приложение 1
г. Владивосток, остров Русский
кампус ДВФУ

ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В РАБОТЕ ЯРМАРКИ

Предприятие:

Страна:

Адрес:

Телефон:

Телефакс:

Заявляем (предварительно) о намерении участвовать в работе ярмарки. Наши экспонаты:

Нам требуется:

Площадь в павильоне: _____

Просим выслать в наш адрес официальные бланки: «Заявка на участие в ярмарке», «Условия участия в ярмарке», «Особые требования», «Договор».

Одновременно просим сообщить условия включения в каталог участников ярмарки и расценки на рекламное объявление в нем размером: _____.

Дата

Генеральный директор (фирмы) _____
(подпись)

Приложение 2

**НОРМАТИВЫ ПЛОЩАДЕЙ
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПАВИЛЬОНА НА ЯРМАРКЕ**

№	Виды помещений	Размер выставочной площади	Стоимость 1 м ²
1	Для размещения средств связи, компьютера, документов и рекламных средств	не менее 8 м ²	1250 руб.
2	Помещение для посетителей	не менее 12 м ²	1250 руб.
3	Для размещения обуви	не менее 0,35 м ² для одной модели	1250 руб.
4	Для одежды	не менее 0,75 м ² для одной модели	1250 руб.
5	Для трикотажа	не менее 0,7 м ² для одной модели	1250 руб.
6	Для сумок и барсеток	не менее 0,4 м ²	1250 руб.
7	Для ремней и поясов	не менее 0,25 м ²	1250 руб.
8	Для кошельков и портмоне	не менее 0,15 м ²	1250 руб.

Приложение 3
г. Владивосток, остров Русский
кампус ДВФУ

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В РАБОТЕ ЯРМАРКИ

Предприятие:
Адрес:
Телефон:

Страна:

Заявляем о намерении участвовать в работе ярмарки. Наши экспонаты: _____

Нам требуется:
Виды помещений

Площадь в павильоне: _____

Генеральный директор (фирмы) _____
(подпись)

Дата

Приложение 4

**ПЛАН – ГРАФИК РУКОВОДИТЕЛЯ РАБОТ
ПО УЧАСТИЮ В ЯРМАРКЕ**

с _____ февраля по _____ марта 20__ г.

Место проведения: Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, кампус ДВФУ

Срок проведения: ____ дня, заезд _____ 20__ г., отъезд _____ 20__ г.

Устроитель ярмарки: ДВФУ

Телефоны: дирекции: _____, оргкомитета _____

Наименование пунктов графика	Срок	Исполнитель	Контроль
1. Заполнить материалы по ярмарке			
2. Подача заявки			
3. Провести обсуждения с оргкомитетом			
4. Провести обсуждения с автором проекта стенда и выдать требования			
5. План стенда представить директору			
6. Контроль и приемка монтажных работ, передача стенда			
7. Составить график работ			
8. Подготовка материалов			
9. Подготовка к участию персонала			
10. Демонтаж стенда к отъезду			
11. Анализ и оценка результатов			

Руководитель работ _____
(подпись)

дата

Генеральный директор

_____ дата

СМЕТА РАСХОДОВ ПО РЕГИОНАЛЬНОЙ ЯРМАРКЕ

с _____ февраля по _____ марта 20__ г.

№	Статьи позиции	Единица измерения	Количество	Стоимость
1	Аренда площади под стенд			
2	Разработка проекта стенда			
3	Зарплата установщикам стенда			
4	Подготовка к ярмарке образцов			
5	Рекламные планшеты и визитки			
6	Транспортировка грузов на ярмарку			
7	Представительские расходы			
8	Представительские продукты			
9	Публикация информации в каталоге			
10	Зарплата персонала			
11	Комплекты рекламных проспектов			
12	Дорожные расходы персонала			
13	Пригласительные билеты фирмам			
14	Почтовые расходы и рассылка материалов			

Начальник планово – финансового отдела _____

(подпись)

дата

Приложение 6

**КОНТРОЛЬНАЯ ВЕДОМОСТЬ
ПО РАБОТЕ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ**

с _____ февраля по _____ марта 20__ г.

Дни	Количество посетителей стенда			Форма контракта		Краткое содержание беседы
	всего	мест.	зарубеж.	контракт	протокол	

Развернутый комментарий:

Исполнитель: _____
(подпись)

дата

Приложение 7

**ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПО СПРОСУ
И ОБЪЕМАМ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРА НА ЯРМАРКЕ**

№	Товарные группы и модели	Объем реализ. млн. руб.	Степень удовл. спроса, %	Удельный вес фирм в общем объеме реализации, %			
				Обь	Золушка	Красный факел	Прочие
Женская обувь							
1	Новые модели на каблуках	20	100	20	18	15	47
2	Новые модели на танкетке	1,6	50	25	12	20	43
3	Новые модели на сплошной подошве	4	70	15	16	20	49
4	Традиционные модели (на все виды фасонов)	12	100	10	15	15	60
5	Модернизированные модели (на все виды фасонов)	16	100	25	12	18	45
Женская одежда							
				МАРТ	Работница	Ангора	Прочие
6	Платья	12	95	21	30	20	29
7	Сарафаны	8	80	14	20	10	56
8	Брючные костюмы	20	100	10	30	12	48
9	Костюмы с юбкой	24	100	25	15	20	40
Мужская одежда							
10	Костюмы классического стиля	8	92	-	10	41	49
11	Костюмы спортивного	14	100	-	35	12	53

	стиля						
12	Костюмы кантри стиля	10	70	-	12	36	52
Женский трикотаж							
				Чайка	Даурия		Прочие
13	Футболки	1,5	100	26	18		56
14	Блузоны	2	98	24	22		54
15	Платья	1,7	87	16	38		46
16	Блайзеры	0,8	95	40	19		41
17	Юбки	12	98	15	22		63
18	Брюки	3	82	45	-		55
Мужской трикотаж							
19	Футболки	0,6	85	20	42		38
20	Спортивные рубашки	1,1	100	18	35		47
Галантерея							
				Гранд	Сучан		Прочие
21	Сумки	1,2	76	33	27		40
22	Барсетки	0,5	88	38	20		42
23	Ремни и пояса	0,3	95	47	21		38
24	Кошельки	0,9	92	-	36		66
	Итого						

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Примеры тестовых заданий

Раздел 2. МДК 01.02 Организация торговли

Тема 1.1 Введение

1. Торговая сеть — это:

- 1.1) территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия;
- 1.2) совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
- 1.3) совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
- 1.4) совокупность элементов торгово–технологического процесса.

2. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

I. Павильон — это...

II. Палатка — это...

III. Киоск — это...

IV. Ларек — это...

А) Легко возводимая сборно–разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли.

Б) Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас.

В) Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

Г) Устаревшее понятие.

3. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий:

- 3.1) стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;
- 3.2) гипермаркет, супермаркет, гастроном;
- 3.3) отдельно стоящие, встроенные, встроенно–пристроенные;
- 3.4) универсальные, специализированные, неспециализированные.

4. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

I. Специализированные торговые предприятия — ...

II. Неспециализированные торговые предприятия со смешанным ассортиментом — ...

III. Неспециализированные торговые предприятия с комплексным ассортиментом — ...

IV. Универсальные торговые предприятия — ...

А) комиссионный магазин, минимаркет «Продукты»;

Б) «Для лыжного спорта», «Детское питание»;

В) «Рыба», «Мясо», «Ткани»;

С) магазин–склад, гастроном.

Д) гипермаркет, супермаркет

5. Универсамы в зависимости от ассортимента реализуемых товаров относят к ...магазинам:

- 5.1) универсальным;
- 5.2) специализированным;
- 5.3) смешанным.
- 5.4) комплексным

6. К стационарной сети относят:

- 6.1) магазины
- 6.2) авто–магазины
- 6.3) павильоны
- 6.4) киоски
- 6.5) палатки

Тема 1.2 Классификация предприятий розничной торговли

1. По местонахождению товаров, ассортимент магазина «Продукты»

- 1) промышленный
- 2)*торговый
- 3) смешанный

2. В магазинах торгующих как непродовольственными так и продовольственными товарами представлен ассортимент

- 1) видовой
- 2) марочный
- 3) сопутствующий
- 4)* смешанный

3. По местонахождению товаров, ассортимент кондитерского концерна «Бабаевский»

- 1)* промышленный
- 2) торговый
- 3) смешанный

4. По широте охвата товара, сложный ассортимент представлен в

- 1) хлебобулочном магазине
- 2)* универсаме
- 3) магазине аудио- видеотехники
- 4) магазине промышленных товаров

5. К групповому методу размещения торговой сети относят:

- А)* Создание торговых улиц
- Б) Магазины общегородского типа
- В) Максимальные приближения к населению

6. Функции, которые должна выполнять розничная торговля для обеспечения успешной реализации товаров конечным потребителям, определяются ее сущностью и заключаются:

- А) в изучении спроса на товары и их рыночного предложения, поддержании баланса между предложением и спросом;
- Б)* в организации товародвижения, доведении товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
- В) в развитие мобильной коммерции

7. Укажите признаки, характеризующие типы торговых предприятий:

- 7.1) общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.
- 7.2) общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.
- 7.3) торговая площадь, ассортимент товаров, формы продажи товаров.
- 7.4) торговая площадь, ассортимент, методы продажи товаров.

8. Дайте характеристику фирменному магазину:

- 8.1) реализует популярные бренды разных иностранных изготовителей;
- 8.2) реализует популярные бренды нескольких изготовителей;
- 8.3) реализует бренд одного отечественного изготовителя;
- 8.4) реализует бренд одного иностранного изготовителя.

9. Укажите возможные отличия торгового дома от дома торговли:

- 9.1) это одно и то же;
- 9.2) торговый дом занимается только розничной торговлей;
- 9.3) дом торговли занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью;
- 9.4) торговый дом занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью.

10. Укажите отличительный признак молла:

- 10.1) большой торговый центр, соединенный галереями
- 10.2) большой торговый комплекс, соединенный галереями.
- 10.3) крупный универсальный магазин.
- 10.4) большое торговое объединение.

Тема 1.3 Размещение и планировка розничных торговых предприятий

1. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

- I. Продольная решетка — это...
- II. Поперечная решетка — это...
- III. Боксовая планировка — это...
- IV. Островная планировка — это...

А) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку;

Б) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются перпендикулярно входящему в зал покупательскому потоку.

В) применяется, как правило, при обслуживании через прилавки; представляет собой размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов;

Г) представляет собой расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций.

2. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:

- 2.1) к торговым;
- 2.2) к административно-бытовым;
- 2.3) к подсобным;
- 2.4) к техническим.

3. Охарактеризуйте ситуацию в магазине «Галантерея», в котором коэффициент установочной площади равен 0,6:

- 3.1) площадь торгового зала используется оптимально;
- 3.2) проходы для покупателей узкие;
- 3.3) ассортимент товаров неглубокий;
- 3.4) мало торгового оборудования.

4. При площади торгового зала магазина в 600 м² и площади под торговым оборудованием 300 м² коэффициент установочной площади торгового зала составит:

- 4.1) 0,3;
- 4.2) 0,6;
- 4.3) 1;
- 4.4) 0,5.

5. Охарактеризуйте ситуацию в супермаркете, в котором соотношение торговых и неторговых площадей равно 0,45.

- 5.1) соотношение оптимальное;
- 5.2) необходимо увеличить торговые площади;
- 5.3) необходимо увеличить площади помещений для приема, хранения и

подготовки товаров к продаже;

5.4) необходимо увеличить помещения для хранения.

6. Размещение товаров — это:

6.1) система их расположения на площади торгового зала;

6.2) расположение, укладка и показ товаров на торговом оборудовании;

6.3) количество «фэйсингов» товара, выложенного по горизонтали;

6.4) система их расположения на площади торгового зала и выкладка на оборудовании.

7. Коэффициент установочной площади торгового зала магазина (K_y) определяют по формуле:

7.1) $K_y = S_y / S_{т.з.}$

7.2) $K_y = S_э. / S_{т.з.}$

7.3) $K_y = S_э. / S_{общ.}$

7.4) $K_y = S_y / S_{общ.}$

где S_y — установочная площадь, m^2

$S_э.$ — экспозиционная площадь, m^2

$S_{т.з.}$ — площадь торгового зала, m^2

$S_{общ.}$ — общая площадь магазина, m^2

8. Назовите, какой наиболее целесообразный способ расстановки оборудования в магазине типа мини-маркет:

8.1) свободная планировка;

8.2) экспозиционная планировка;

8.3) продольная решетка;

8.4) смешанная решетка.

9. Определите наиболее рациональное число кассовых аппаратов в супермаркете с торговой площадью 1 тыс. m^2 :

9.1) 3;

9.2) 5-10;

9.3) 10-12;

9.4) 15.

10. Укажите, какие товары целесообразно размещать в «золотом треугольнике»:

10.1) товары повседневного спроса;

10.2) товары импульсного спроса;

10.3) товары, спрос на которые надо активизировать;

10.4) недорогие товары.

Тема 1.4 Технология товародвижения в розничной торговле

1. Завоз товаров в различные предприятия осуществляется на основе графиков ассортиментного профиля по признаку:

А) Ритмичности

Б) Оперативности

В)* Планомерности

Г) Экономичности

2. Завоз товаров в относительно одинаковые промежутки осуществляется по признаку:

А) Ритмичности

Б) Оперативности

В)* Планомерности

Г) Экономичности

3. Предтоварная стадия включает

1) формирование товарных партий

2) хранение и транспортирование

3*) проектирование и/или разработку продукции

4*) материально-техническое снабжение

5)предреализационную товарную обработку

4. Товарная стадия включает

1*)реализацию товаров

2*)потребление (эксплуатацию)

3)приемочный контроль сырья

4)окончательный контроль готовой продукции

5)повторное использование или уничтожение отходов

5. Операция по разбраковке товарной партии на градации качества и удалению некачественных экземпляров

1*)сортировка

2)калибровка

3)мойка

4)фасовка

6. Потери, обусловленные микробиологическими, биологическими, биохимическими, химическими, физическими и физико-химическими процессами

1)товарные

2)материальные

3)количественные

4*)качественные

7. Совокупность климатических и санитарно-гигиенических требований, обеспечивающих сохраняемость товаров при хранении – это

1)условие

2*)режим

3)правила

4)график

8. Требования к климатическому режиму хранения, включают требования к

1*)температуре

2*)относительной влажности

3)чистоте

4)загрязнениям органического происхождения

5)целостности упаковки

9. Торгово-технологический процесс в магазине включает:

1.1) доведение товара от продавца к покупателю;

1.2) обслуживание покупателя;

1.3) операции от изучения спроса на товар до доведения его к покупателю;

1.4) продажу и обслуживание покупателей.

10. Укажите главный документ, который определяет правила и сроки приемки товаров по качеству:

2.1) инструкция П-6;

2.2) инструкция П-7;

2.3) договор купли-продажи;

2.4) накладная и счет-фактура.

11. Ротация товаров — это:

3.1) углубление ассортимента;

3.2) очередность продажи товаров;

3.3) широта ассортимента товаров;

3.4) приемка товаров.

12. Приемка скоропортящихся товаров от иногородних поставщиков производится не позднее:

4.1) 3 дней;

4.2) 48 часов;

4.3) 24 часа;

4.4) 10 дней.

13. При приемке товаров материально ответственными лицам предписано в случае нарушения исправности пломб и оттисков на них:

- 5.1) не вскрывать транспортное средство;
- 5.2) вскрыть транспортное средство, но для приемки обязательно вызвать представителя поставщика;
- 5.3) вскрыть транспортное средство и принимать товар с составлением акта о фактическом наличии товара;
- 5.4) разгрузить, но не принимать по количеству до приезда поставщика.

14. Укажите сроки приемки нескоропортящихся товаров по количеству от одного городского поставщика в неповрежденной таре в соответствии с инструкцией П-6:

- 6.1) сразу же в момент поступления по количеству тарных мест;
- 6.2) три дня по количеству товарных единиц;
- 6.3) десять дней по количеству товарных единиц;
- 6.4) две недели по количеству товарных единиц.

15. Ответьте, имеет ли право розничный продавец принимать товар без сопроводительных документов в соответствии с инструкцией П-6:

нет, следует вызвать представителя поставщика;

нет, необходимо присутствие представителя третьей стороны;

да, в одностороннем порядке материально ответственными лицами, но при этом составить претензию поставщику;

допускается в одностороннем порядке материально ответственными лицами, но при этом составить акт о фактическом наличии товара.

16. Укажите документы, регламентирующие условия хранения товаров:

Закон РФ «О защите прав потребителей»;

соответствующие стандарты;

постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Правила продаж отдельных видов

видов

товаров»;

спецификация.

17. Централизованный завоз товаров осуществляется силами и средствами

9) поставщика;

9.2) получателя;

9.3) транспортной организации;

9.4) поставщика и получателя

18. Укажите, какие виды потерь относятся к нормируемым:

10.1) естественная убыль в пределах норм списания;

10.2) норма на "забычивость покупателей";

10.3) естественная убыль сверх норм списания;

10.4) все потери.

19. Потери, вызванные частичной или полной утратой количественных и качественных характеристик товара в натуральном выражении

10.5) 1) товарные потери

10.6) 2) материальные потери

10.7) 3) естественная убыль

20. Количественные потери, вызываемые процессами, которые свойственны товарам и происходят при их транспортировании и хранении

1) товарные потери

2) материальные потери

3) естественная убыль

Тема 1.5 Торговое обслуживание

1. Услуга "розничная торговля" включает:

1.1) реализацию товаров;

1.2) оказание помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании, показ, как работать;

1.3) информационно-консультационные услуги;

1.4) создание удобств покупателям.

2. По законодательству РФ, продавец обязан хранить холодильник до его оплаты:

2.1) столько, сколько просит покупатель;

2.2) не более одних суток;

2.3) не более одного часа;

2.4) не более одного часа, по решению администрации магазина — до двух часов.

3. Примером формы торгового обслуживания может быть:

3.1) салонное обслуживание;

3.2) самообслуживание;

3.3) обслуживание продавцом-консультантом в магазинах самообслуживания;

3.4) Cash & Carry

4. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

I. Самообслуживание — это когда...

II. Открытая выкладка — это когда...

III. Традиционный метод продажи — когда...

IV. Торговля по образцам — это когда...

A) продавец осуществляет весь процесс по обслуживанию покупателей;

Б) покупатель знакомится в торговом зале с образцом или описанием товара и оплачивает его, после чего товар доставляется со склада магазина покупателю;

В) продавец осуществляет отдельные операции торгово-технологического процесса, а в каждом отделе есть расчетный узел;

Г) продавец осуществляет отдельные операции торгово-технологического процесса, а в магазине единый расчетный узел.

5. Укажите, подлежат ли обмену товары надлежащего качества:

5.1) да, по усмотрению покупателя;

5.2) да, в соответствии с действующим законодательством, отдельные позиции непродовольственных товаров;

5.3) да, в соответствии с действующим законодательством, все товары;

5.4) нет.

6. Назовите методы продажи товаров:

6.1) магазинные, внемагазинные;

6.2) по заказам, Cash & Carry;

6.3) самообслуживание, через прилавок, по образцам;

6.4) основные и дополнительные.

7. Укажите, кому покупатель может предъявить претензию, если ему продан товар, в котором появился недостаток в течение гарантийного срока:

7.1) только продавцу;

7.2) только изготовителю;

7.3) по своему усмотрению продавцу или изготовителю;

7.4) по усмотрению продавца самому продавцу или изготовителю.

8. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами фрагментам текста их продолжения, данные под буквами А...В.

I. Срок годности...

II. Срок службы...

III. Гарантийный срок...

A) распространяется на все продовольственные и отдельные позиции непродовольственных товаров;

Б) распространяется на непродовольственные товары длительного использования, устанавливается изготовителем;

В) распространяется на непродовольственные товары длительного использования, устанавливается продавцом и изготовителем.

9. Ответьте, обязан ли продавец разукomплектовать парфюмерный набор, находящийся в упаковке изготовителя, по просьбе покупателя:

- 1) да, покупатель всегда прав;
- 2) нет;
- 3) обязан в соответствии с действующим законодательством;
- 4) в условиях конкуренции продавец поступает по своему усмотрению.

10. Назовите метод продажи, применяемый при островной планировке магазина:

- 1) самообслуживание;
- 2) через прилавок;
- 3) экспозиционный;
- 4) свободный.

Тема 1.6 Организация оптовой торговли

1. Система размещения товаров на складе включает:

- 1) закрепление мест хранения
- 2) маркировку мест хранения
- 3) комплектацию

2. При динамическом адресном хранении за конкретным наименованием товара

- 1) не закреплена определенная область склада, по принципу камеры хранения
- 2) выделяется своё место, закрепляется за ним, т.е. поступивший товар уже имеет свой адрес и разгружается только туда

3. Различают основные виды организации адресного хранения товара:

- 1) динамическое хранение
- 2) статическое хранение
- 3) стохастическое хранение
- 4) дискретное хранение

4. При статическом хранении каждому товару

- 1) не закреплена определенная область склада, по принципу камеры хранения
- 2) выделяется своё место, закрепляется за ним, т.е. поступивший товар уже имеет свой адрес и разгружается только туда

5. Методы, основанные на разных способах размещения, делятся на подгруппы

- 1) бестарный
- 2) стеллажный
- 3) тарный

6. Методы бестарного размещения в зависимости от применяемых средств подразделяют на виды:

- 1) насыпной
- 2) подвесной
- 3) адресный
- 4) стеллажный

7. Период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению

- 1) срок хранения
- 2) срок годности
- 3) срок службы

8. Период, в течение которого товары при соблюдении установленных условий хранения не изменяют существенно потребительские свойства и количество

- 1) срок хранения
- 2) срок годности
- 3) срок службы

9. Период, в течение которого изготовитель обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине

- 1) срок хранения
- 2) срок годности

3) срок службы

13. Несколько погрузочно-разгрузочных постов, расположенных рядом в пределах одной территории, образуют

- 1) фасад
- 2) фронт
- 3) рампу

14. Пропускная способность погрузочно-разгрузочной зоны зависит от

- 1) числа постов
- 2) грузоподъемности поступающего транспорта
- 3) неравномерности поступления

15. Основные показатели складских мощностей будут напрямую зависеть от

- 1) суточного грузопотока
- 2) количества погрузочно-разгрузочной зон
- 3) пропускной способностью склада

16. Для расчета механизмов, работающих на участках приема и отправки грузов, необходимо среднесуточную грузопереработку рассматривать с учетом коэффициента

- 1) оборачиваемости товаров
- 2) неравномерности поступления и отправки грузов
- 3) использования площади экспедиции приема

17. Единица подъемно-транспортного или иного складского оборудования системы грузопереработки, которая обладает гибкостью и имеет микропроцессорную систему управления – это

- 1) гибкая система складской грузопереработки
- 2) система автоматизированного проектирования
- 3) гибкий складской модуль

18. Управляемое устройство (машина), которое оснащено рабочим органом для выполнения двигательных функций, аналогичных функциям руки человека при перемещении объектов и пространстве

- 1) конвейер
- 2) манипулятор
- 3) робот

19. Интенсивное использование машин и механизмов выражается в

- 1) повышении использования эксплуатационных возможностей технических средств непосредственно в процессе их функционирования
- 2) эффективное управление временным фактором
- 3) полезной работе, выполняемой за единицу времени в режиме постоянного действия при полной загрузке и квалифицированном управлении

20. Техническая производительность машин — это

- 1) объем полезной работы, выполняемой за единицу времени в режиме постоянного действия при полной загрузке и квалифицированном управлении
- 2) объем полезной работы, которую необходимо выполнить за единицу установленного времени в конкретных условиях в соответствии с применяемой технологией работ и ожидаемым грузооборотом
- 3) показатель выполненной работы определенной машиной (механизмом) за расчетную единицу времени

Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Вариант 1

1. Специалисты по торговому оборудованию обычно включаются в штат

- 1) магазинов продовольственных товаров
- 2) магазинов непродовольственных товаров
- 3) супермаркетов
- 4) предприятий мелкооптовой торговли

2. Специализированный отдел по монтажу и обслуживанию торгового оборудования обычно имеется в составе

- 1)управления торговли при городской администрации
- 2)управления торговли при районной администрации
- 3)управления торговли при краевой администрации
- 4)крупных компаний-продавцов торгового оборудования
- 5)краевого управления Ростехнадзора

3. Минимально-допустимая погрешность (в процентах) для торговых весов

- 1)0,01
- 2)0,02
- 3)0,05
- 4)0,1

4. Маркировку на неровную и нетвердую поверхность удобнее всего наносить с помощью

- 1)маркиратора
- 2)диспенсера
- 3)этикет-пистолета
- 4)портативного принтера

5. Информацию из компьютерной сети для нанесения маркировки на товар могут получать

- 1)маркиратор
- 2)диспенсер
- 3)этикет-пистолет
- 4)портативный принтер

6.Для взвешивания предметов с высокой точностью используются

- 1) Весы общего назначения
- 2)Технологические весы
- 3) Лабораторные весы
- 4) Метрологические весы
- 5) Весы для специальных измерений

7.Для проведения различных проверочных работ используются

- 1) Весы общего назначения
- 2) Технологические весы
- 3) Лабораторные весы
- 4) Метрологические весы
- 5) Весы для специальных измерений

8.Для измерения, удельного веса жидкостей, определение крутящего момента двигателя и т.д. используются

- 1) Весы общего назначения
- 2) Технологические весы
- 3) Лабораторные весы
- 4) Метрологические весы
- 5) Весы для специальных измерений

9. На оптовых складах для маркировки товара предпочтительно использовать

- 1)маркиратор
- 2)диспенсер
- 3)этикет-пистолет
- 4)портативный принтер

10. В торговых киосках для маркировки товара обычно используют

- 1)маркиратор
- 2)диспенсер
- 3)этикет-пистолет
- 4)портативный принтер

Вариант 2

1. Точность – это
 - 1) свойство весов выходить из состояния равновесия при увеличении нагрузки;
 - 2) свойство весов измерять массу товара с отклонением от истинной на величину допустимой погрешности;
 - 3) свойство весов самостоятельно восстанавливать равновесие;
 - 4) свойство быстро определять массу и стоимость товара.
2. Чувствительность – это
 - 1) свойство весов выходить из состояния равновесия при увеличении нагрузки;
 - 2) свойство весов измерять массу товара с отклонением от истинной на величину допустимой погрешности;
 - 3) свойство весов самостоятельно восстанавливать равновесие;
 - 4) свойство быстро определять массу и стоимость товара.
 - 5) хорошая обзорность и читаемость показаний.
3. Устойчивость – это
 - 1) свойство весов выходить из состояния равновесия при увеличении нагрузки;
 - 2) свойство весов измерять массу товара с отклонением от истинной на величину допустимой погрешности;
 - 3) свойство весов самостоятельно восстанавливать равновесие;
 - 4) свойство быстро определять массу и стоимость товара.
 - 5) хорошая обзорность и читаемость показаний.
4. В торговле, складском хозяйстве обычно используются
 - 1) Весы общего назначения
 - 2) Технологические весы
 - 3) Лабораторные весы
 - 4) Метрологические весы
 - 5) Весы для специальных измерений
5. В различных отраслях промышленности используются
 - 1) Весы общего назначения
 - 2) Технологические весы
 - 3) Лабораторные весы
 - 4) Метрологические весы
 - 5) Весы для специальных измерений
6. Для нанесения защитной маркировки на товар используют
 - 1) маркиратор
 - 2) диспенсер
 - 3) этикет-пистолет
 - 4) портативный принтер
7. От аккумулятора работает
 - 1) маркиратор
 - 2) диспенсер
 - 3) этикет-пистолет
 - 4) портативный принтер
8. К эксплуатационно-техническим требованиям торговой мебели относятся
 - 1) свободный доступ к товарам для покупателей
 - 2) наличие встроенных зеркал
 - 3) устойчивость
 - 4) отделка мебели
9. К санитарно-гигиеническим требованиям торговой мебели относятся
 - 1) устойчивость
 - 2) свободный доступ к товару для покупателей
 - 3) гладкая поверхность деталей мебели
 - 4) глубина мебельных полок
10. К эргономическим требованиям торговой мебели относятся

- 1) высота мебели
- 2) глубина мебельных полок
- 3) устойчивость
- 4) удобство пополнения запасов товара

Вариант 3

Гарантийным обслуживанием холодильного оборудования во Владивостоке занимаются

- 1) специализированные частные предприятия
- 2) специализированные государственные предприятия
- 3) управление торговли при краевой администрации
- 4) управления торговли при городской администрации

2. Основные метрологические требования к весам

- 1) точность
- 2) чувствительность
- 3) наглядность показаний
- 4) устойчивость

3. Основные эксплуатационные требования к весам

- 1) точность
- 2) надежность
- 3) наглядность показаний
- 4) устойчивость

4. Минимально-допустимый класс точности для торговых весов

- 1) 0а
- 2) 1а
- 3) 1б
- 4) 1в
- 5) 2а

5. От сети переменного тока может работать

- 1) маркиратор
- 2) диспенсер
- 3) этикет-пистолет
- 4) портативный принтер

6. Для наклеивания готовых этикеток на товар используют

- 1) маркиратор
- 2) диспенсер
- 3) этикет-пистолет
- 4) портативный принтер

7. Термохромные чернила могут использоваться в работе

- 1) маркиратора
- 2) диспенсера
- 3) этикет-пистолета
- 4) портативного принтера

8. К эксплуатационно-техническим требованиям торговой мебели относятся

- 1) удобство пополнения запасов товара
- 2) демонстрационная наглядность
- 3) цвет мебели
- 4) наличие встроенного освещения

9. К эргономическим требованиям торговой мебели относятся

- 1) свободный доступ к товару для покупателей
- 2) глубина мебельных полок
- 3) жесткость

4) удобство пополнения запасов товара

10. Приведение к единообразию конструкции мебели это

- 1) типизация
- 2) унификация
- 3) стандартизация
- 4) универсальность

МДК 01.04. Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах

6.2 Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примеры тестовых заданий

Раздел 4. МДК 01.04. Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах

1. Начальный этап при планировании участия в выставке

- А. принятие принципиального решения об участии в выставке;
- Б. определение целей участия фирмы в выставке;
- В. работа в ходе функционирования выставки;
- Г. подготовительно-организационная работа

2. Ответственный за организацию участия фирмы в выставке

- А. директор экспозиции фирмы;
- Б. стендист;
- В. коммуникатор;
- Г. нет верного ответа.

3. Посетители, заранее планирующие посещение определенных стендов

- А. «фланеры»;
- Б. новаторы;
- В. рационалисты;
- Г. «туристы».

4. Поклонники многолюдных стендов

- А. «туристы»;
- Б. «фланеры»;
- В. рационалисты;
- Г. консерваторы.

5. Независимый финансовый контроль осуществляют:

- А. аудиторы
- Б. Министерство финансов
- В. Счетная Палата

6. Для общего руководства ярмаркой образуется:

- А. ярмарочный центр;
- Б. ярмарочный пункт;
- В. ярмарочный комитет;
- Г. ярмарочная демонстрация.

7. Приняв решение об участии в выставке, фирма может решить для себя одну задачу:

- А. выявить новые рынки сбыта;
- Б. определить примерные объемы производства;
- В. составить производственный план на следующий год;
- Г. определить соотношение спроса и предложения.

8. В работе у стендов должны находиться несколько папок, а именно:

- А. две;
- Б. три;
- В. четыре;
- Г. пять.

9. Единый комплекс площади, которую устроитель ярмарки-выставки представляет в аренду заинтересованному участнику:

- А. витрина;
- Б. стенд;
- В. панель;
- Г. кронштейн.

10. Стенд, который открыт с двух сторон и обеспечивает удобный доступ к двум выставочным проходам:

- А. линейный;
- Б. «полуостров»
- В. сквозной;
- Г. угловой.

11. В ходе работы выставки руководитель стендов обязан проводить совещания, в ходе которых анализируется:

- А. затраты на работу стенда;
- Б. реакция на стенд и поведение посетителей;
- В. результативность участия в выставке;
- Г. целесообразность участия в выставке.

12. Одной из основных целей участия фирмы в ярмарках и выставках является:

- А. расширение ассортимента предлагаемых товаров;
- Б. поиск новых торговых партнеров;
- В. создание высокого имиджа фирмы;
- Г. обеспечение эффективной реализации комплекса маркетинга.

13. Укажите верный ответ:

- А. основной задачей ярмарки является заключение прямых торговых сделок по образцам; основной задачей выставки является создание благоприятных условий для продажи товаров по их образцам;
- Б. основной задачей выставки является заключение прямых торговых сделок по образцам; основной задачей ярмарки является создание благоприятных условий для продажи товаров по их образцам

14. В России ежегодно проводится торгово-промышленных выставок и ярмарок

- А. до 1000;
- Б. от 1000 до 1500;
- В. от 1500 до 2000;
- Г. свыше 2000.

15. Союз выставок России, стран СНГ и Балтии был переименован в Международный союз выставок и ярмарок в

- А. в 1993 г.;
- Б. в 1998 г.;
- В. в 2000 г.;
- Г. в 2002 г.

16. Высшее отличие выставочного мероприятия в России

- А. Знак Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- Б. Диплом Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- В. Медаль Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- Г. Грамота Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ).

17. Радиус действия местных (региональных) выставок

- А. 50 км;
- Б. 100 км;
- В. 500 км;
- Г. 1000 км.

18. Минимальное число иностранных участников, позволяющее отнести выставку к международной

- А. 5%;
- Б. 10%;
- В. 12%;
- Г. 15%.

19. Союз международных ярмарок (UFI) создан

- А. в 1925 г.;
- Б. в 1929 г.;
- В. в 1939 г.;
- Г. в 1946 г.

20. Выставки, представляющие товары нескольких, обычно родственных, отраслей

- А. специализированные;
- Б. многоотраслевые;
- В. оба ответа верны;
- Г. нет верного ответа

21. Для общего руководства ярмаркой образуется:

- А. ярмарочный центр;
- Б. ярмарочный пункт;
- В. ярмарочный комитет;
- Г. ярмарочная демонстрация.

22. Стенд, который открыт с двух сторон и обеспечивает удобный доступ к двум выставочным проходам:

- А. линейный;
- Б. «полуостров»
- В. сквозной;
- Г. угловой.

23. В ходе работы выставки руководитель стендов обязан проводить совещания, в ходе которых анализируется:

- А. затраты на работу стенда;
- Б. реакция на стенд и поведение посетителей;
- В. результативность участия в выставке;
- Г. целесообразность участия в выставке

24. Состав товаров, выставяемых на торги, устанавливается:

- а) Министерством экономического развития и торговли РФ;
- б) Министерством финансов РФ;
- в) Государственным комитетом РФ по антимонопольной политике и поддержке

- предпринимательства;
- г) Комиссия по товарным биржам;
- д) биржей самостоятельно.

25. Товар, отличающийся по качеству от стандартного сорта:

- а) допускают к торгам, а для определения цены используют правило дифференцирования товара по уровню качества с соответствующими доплатами или скидками с цены;
- б) не допускают к торгам;
- в) допускают к торгам, а цену определяет отдел экономического анализа биржи в каждом случае индивидуально для каждого товара;
- г) продают по цене базисного товара при согласии продавца и покупателя;
- д) допускать товар к торгам или нет определяет бюро товарных экспертиз.

26. Взаимозаменяемость (обезличивание) товаров на бирже достигается путем:

- а) допуска к торгам товаров только базисного сорта;
- б) допуск к одним торгам только товары одного производителя;
- в) обязательной сертификацией товаров, допущенных к торгам
- г) использования множительных коэффициентов, что делает все сорта одинаковыми.

27. Товар, допускаемый к биржевым торгам, может быть:

- а) монопольным, т.е. монополистом может быть только продавец;
- б) уникальным, единственного производителя;
- в) только массовым, т.е. товар не должен быть монопольным;
- г) как массовым, так и монопольным.

28. Цены на биржевые товары устанавливаются:

- а) свободно, в соответствии со спросом и предложением;
- б) устанавливаются расчетно-клиринговой палатой биржи;
- в) рекомендуются отделом экономического анализа биржи;
- г) маклером секции;
- д) в пределах, установленных Комиссией по товарным биржам.

29. При анализе данного товара не применяется показатель годовой продукции:

- а) овес;
- б) соя – бобы;
- в) кукуруза;
- г) облигации Казначейства.

30. К основным группам вещественных биржевых товаров относятся:

- а) сельскохозяйственные лесные товары и продукты их переработки;
- б) ценные бумаги;
- в) фьючерсы на нефть и кукурузу;
- г) промышленное сырье и полуфабрикаты;
- е) индекс Доу-Джонс.

31. Число товаров, предлагаемых на товарных биржах за XX век:

- а) уменьшилось;
- б) увеличилось;
- в) осталось неизменным.

32. На предторговой стадии действует стандартизация:

- а) только количественная;
- б) только качественная;
- в) количественная и качественная;
- г) по решению клиента.

33. К биржевым товарам НЕ относятся:

- а) биржевые индексы;
- б) живой скот;
- в) цветные металлы;
- г) предметы искусства.

34. Потенциал рынка – это его:

- а) величина спроса;
- б) престиж;
- в) доступность;
- г) темп роста;
- д) предельный уровень спроса;
- е) стабильность.

35. Целью спекулятивной биржевой деятельности является:

- а) получение прибыли;
- б) стабилизация цен;
- в) поддержка производства;
- г) рост цен;
- д) снижение цен.

36. Организованному рынку присуще:

- а) существование утвержденных правил торговли, расчетов и поставок активов;
- б) монопольное положение продавцов активов;
- в) концентрация достаточного числа продавцов и покупателей во времени и пространстве;
- г) государственное регулирование и саморегулирование;
- д) правила торговли и расчетов устанавливают участники торговли индивидуально для каждого торга;
- е) только государственное регулирование.

37. Сопоставьте элемент инфраструктуры оптовой торговли и товар, реализующийся данным способом:

- 1: аукцион А: оборудование
- 2: торги Б: произведения искусства
- 3: товарные биржи В: сельскохозяйственная продукция

38. Торговля на товарной бирже осуществляется в:

- а) форме гласных публичных торгов;
- б) время, в которое может присутствовать как продавец, так и покупатель;
- в) форме, определяемой учредителями биржи;
- г) заранее определенном месте;
- д) промежуток с 11 до 17 часов;
- е) определенное время.

39. Добровольное объединение бирж и физических лиц в области биржевой торговли называется:

- а) ассоциация;
- б) концерн;
- в) акционерное общество;
- г) общество с ограниченной ответственностью;
- д) открытая биржа.

40. Национальные биржи:

- а) обслуживают рынки нескольких стран;
- б) действуют в пределах отдельно взятого государства;
- в) удовлетворяют потребности всего мирового рынка;
- г) ориентированы на внутренний рынок страны, при этом имеют ограничения в торговом и налоговом режиме.

41. Государственные биржи распространены в:

- а) Великобритании;
- б) США;
- в) России;
- г) Франции.

9. В России наиболее жестко регулируется государством деятельность ... бирж:

- а) товарных;
- б) валютных;
- в) фондовых;
- г) специализированных.

42. В современной Европе наибольшее распространение получили биржи:

- а) смешанные фондовые;
- б) государственные;
- в) частные;
- г) коммерческие;
- д) наличного товара.

6.3 Примеры контрольных работ

Раздел 2. МДК 01.02 Организация торговли

1. Определение видов торгово-технологического оборудования магазинов.
 2. Изучение основных видов зданий и сооружений, в которых размещаются розничные торговые предприятия. (совместно с преподавателем)
 3. Изучение товарных засов и их роль в поддержании устойчивости ассортимента товаров.
 4. Изучение основных операций процесса продажи товаров.
 5. Изучение основных требований, которым должен соответствовать транспорт, осуществляющий перевозку товаров.
 6. Изучение влияния факторов на стоимость доставки товаров в магазин.
 7. Факторы, влияющие на товародвижение
 8. Информация для покупателей в торговом зале.
 9. Оформление товарных ценников
 10. Правовая основа товарных требований.
 11. Санитарные требования к хранению товаров.
 12. Вещества входящие в состав пищевых продуктов: значение их в питании, пищевая ценность.
 13. Унификация и стандартизация тары.
 14. Роль тары в технологическом процессе и ее классификация
- Вариант контрольной работы соответствует первой букве фамилии студента.

6.4 Практические задания к экзамену

Раздел 1, 2. МДК 01.01, МДК 01.2.

Организация коммерческой деятельности

Организация торговли

Задание 1

Кейс 1. К директору магазина «Хлеб» ТОО «Колос» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол директора разрезанную булку хлеба столового, в которой на срезе видны нити от мешковины. Что должен предпринять директор магазина?

Кейс 2. Покупательница предъявила продавцу отдела «Гастрономия» кассовый чек на 0,7 кг сыра. Получив чек, продавец отрезала кусок сыра весом 0,550 кг и добавила от лежащих на прилавке остатков сыра два куска. Покупательница возмутилась и

потребовала от продавца отрезать кусок сыра весом ровно 0,7 кг. Продавец отказывается. Кто прав в этой конфликтной ситуации и как ее разрешить?

Кейс 3. Покупатель Николаев С. Н. просит продавца взвесить 300 граммов колбасы полукопченной и обязательно ее нарезать. На просьбу покупателя продавец отвечает отказом, но покупатель настаивает на своей просьбе. Как разрешить эту ситуацию?

Кейс 4. Менеджер должен решить проблему, вызванную ошибками его подчиненных. Ошибки случаются почти в каждом цехе завода, в которых осуществляется конкретная рабочая операция. Менеджер считает, что необходима программа повышения квалификации с целью помочь работникам лучше трудиться и исправить свои ошибки. Он полагает, что мастера будут защищать существующие процедуры, так как внедрение программы повышения квалификации может вызвать нарекания в их адрес. Менеджер также думает, что мастера боятся сопротивления со стороны рабочих, опасаясь, что они не смогут овладеть программой повышения квалификации. Учитывая эти факты и соображения, менеджер считает, что у него имеются пять вариантов начала необходимых преобразований:

1 Изменить повестку дня еженедельного оперативного совещания с мастерами, внести рекомендацию о начале программы повышения квалификации.

2 Поговорить отдельно с каждым мастером и узнать их предложения относительно того, что нужно сделать, прежде чем выносить этот вопрос на совещание.

3 Попросить персонал организации, занимающийся повышением квалификации, прибыть на завод, определить потребности в повышении квалификации и разработать соответствующую программу.

4 Сообщить мастерам, что повышение квалификации необходимо в интересах компании и что от них ожидается активная поддержка этой программы.

5 Назначить группу мастеров для тщательного изучения этого вопроса и выступить с рекомендациями на следующем еженедельном совещании.

Кейс 5. В магазине «Каравай» в книге «Отзывов и предложений» в марте появились следующие записи:

1. «Отказали продать половину буханки белого хлеба, мотивируя, что по половинке у них никто не покупает белый хлеб, куда они потом её денут? Мне целой буханки много, при этом хлеб через сутки уже мало съедобен. При моей небольшой пенсии разница получается существенной. Поверьте, не стала бы настаивать, если бы были другие хлебобулочные изделия меньшей массы.

Причём раньше вопросов с этим не было, но сменился коллектив магазина, видимо и руководство, и хлеб резать перестали.

Попросила книгу жалоб и предложений, отказали, заявив, что она у заведующей, а её сейчас нет, завтра приходите. Пришла, написала свой вопрос - почему отказываются продать половину батона, ответа так и не получила. Поверьте, не стала бы настаивать, если бы были другие хлебобулочные изделия меньшей массы. Пенсионерка Перова Л.Л.»

2. «Покупала хлеб 23 марта и заметила, что продавец Антонова подала мне хлеб голыми руками. Правильно ли это?».

3. «Дома завешала две буханки хлеба купленного 26 марта. Вместо 700 г одна весит 680 г, другая – 460 г вместо указанных 500 г. Почему вы обманываете покупателей?».

4. «Купила хлеб «Столичный» в вашем магазине 15 марта. Когда на второй день хлеб стал немного липким, я не придавала значения и не выбросила его. На третий день запах у него стал ужасный и внутри он стал не только липким, но появился налет как бы из не пропеченного мякиша. Хлеб выбросила, но видимо наелась за предыдущий день уже успела. Острого отравления не было, но побочный эффект типа аллергической сыпи на коже уже две недели не проходит. Что за хлеб вы продаете? Ирина Петровна Свиридова».

Кейс 6. В магазине "Продукты" на реализации находится водка (производитель завод "Весна" г. Тула). В сопроводительных документах и на маркировке бутылок указано: водка "Русская", крепость 40%; вместимость - 0,5 л. При проверке качества водки Госторгинспекцией установлено: крепость водки после отгонки - 37%, полнота налива 488 мл.

1. Определите наличие или отсутствие фальсификации, ее вид и способ.

2. Допустимо ли, чтобы крепость водки была ниже 40 градусов?

Кейс 7. Дайте ответ на вопрос потребителя: «Моему младшему брату 20 лет. Он студент и, понятно, иногда посещает со своими друзьями и однокурсниками бары и кафе. Иногда им отказывают в барах в продаже алкогольных напитков крепче вина (наверное, это и неплохо). Объясняют это тем, что они еще не достигли 21 года. Но ведь в других заведениях продают крепкие напитки посетителям старше 18 лет. И магазины продают тоже. Так кто же в данном случае прав и кто не прав?»

Кейс 8. Дайте ответы на вопросы.

1. Назовите сорта спирта используемого при производстве водки. В чем отличие спиртов «Люкс» и «Экстра», какой из них лучше?

2. Из какого сырья получают технический этиловый спирт? Какие токсические вещества он содержит? В чем опасность метилового спирта?

3. Как при внешнем осмотре бутылки выявить фальсифицированную водку?

4. Какую ответственность несет продавец, продавший алкогольный напиток несовершеннолетнему?

Кейс 9. «Я купила норковую шубу 3 дня назад, срезала бирку вчера и 1 раз надела. После этого поняла, что в шубе чувствую себя не комфортно ввиду того, что она мне велика. Скажите, пожалуйста, могу ли я ее вернуть обратно в магазин и вернуть деньги, либо обменять на меньший размер? Буду Вам очень признательна за ответ!»

Кейс 10. Скажите, какая гарантия предусмотрена Законом на норковую шубу, купленную в магазине в кредит?

Кейс 11. В магазине при выборе шубы покупательница задала вопрос продавцу: «Какой мех самый теплый и какой самый ноский?»

Кейс 12. Покупательница задает вопрос продавцу: «Какая шапка подойдет к черной мутоновой шубе с отделкой ворота из чернобурки?»

Задание 2.

Ответьте на вопросы, если в договоре на поставку товаров указано, что приемка по количеству и качеству соответствует инструкциям П-6, П-7.

1. В адрес магазина поступил контейнер за пломбами изготовителя. При осмотре контейнера установлено, что оттиски пломб не соответствуют товаросопроводительным документам. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

2. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

3. По истечении установленных сроков приемки по качеству были обнаружены скрытые производственные дефекты трикотажных изделий (малозаметная штопка). Может ли продавец в этом случае предъявить претензии предприятию-изготовителю?

4. В адрес магазина поступил контейнер с обувью. В контейнере 50 транспортных коробок обуви по 10 пар в каждой. При приемке обнаружилось, что 5 коробка подмочена. Действия персонала при приемке товара?

5. В адрес магазина поступил контейнер с одеждой по железной дороге. При осмотре контейнера на станции железной дороги обнаружено расхождение в количестве мест товара. Действия получателя при приемке товара?

6. Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

7. При поступлении товара в магазин, отсутствовали сопроводительные документы. Как должен осуществить приемку товара по количеству и качеству персонал магазина?

8. В магазин поступил товар, количество которого не соответствует накладной. Дальнейшие действия персонала магазина?

9. В адрес Вашей фирмы по железной дороге поступили детские текстильные

изделия. Товар упакован в текстильные мешки. При выгрузке из вагона обнаружено, что часть мешков подмочена. Ваши действия при приемке товара по количеству и качеству?

10. В магазин поступила скоропортящаяся продукция. Укажите сроки приемки продукции по количеству и качеству? Кто со стороны получателя имеет право осуществить приемку продукции по количеству?

11. При поступлении трикотажных изделий в магазин централизованно от поставщика установлено, что в двух транспортных местах недостача по 1 штучке изделий. В договоре на поставку изделий реквизит «приемка товаров» отсутствует. Укажите правила приемки товаров по количеству и качеству.

6.5 Вопросы к экзамену

Раздел 3. МДК 01.03 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

1. Как классифицируют фасовочно-упаковочное оборудование по уровню автоматизации?
2. Эксплуатационно-технологические требования к торговой мебели
3. Что такое тара-оборудование и её назначение?
4. Эстетические требования к торговой мебели
5. Преимущества использования тары-оборудования
6. Эргономические требования к торговой мебели
7. Принцип работы гидравлической тележки
8. Классификация контрольной-кассовых машин по сфере применения
9. Как делятся весы по способу установки?
10. Перечень неисправностей контрольной-кассовых машин.
11. Как классифицируют подъёмно-транспортное оборудование по функциональному назначению?
12. Система слежения
13. Принцип действия холодильника
14. Что такое Check Link?
15. Принцип работы электропогрузчика
16. Санитарной-гигиенические требования к торговой мебели
17. В зависимости от потребностей заказчика торговую мебель подразделяют на...?
18. Радиоэлектронная система слежения
19. Основные группы весоизмерительных приборов
20. По функциональным возможностям контрольной-кассовые машины подразделяются на...?
21. 3 вида этикет-пистолетов
22. Визуальное наблюдение
23. Классификация торговой мебели по функциональному назначению
24. Прямые и гиперболические зеркала
25. Что такое машинное охлаждение?
26. Классификация торгового инвентаря по месту использования
27. Что такое хладагент и их примеры?
28. Классификация контрольной-кассовых машин по источнику питания
29. Какие существуют группы маркираторов?
30. Основные 4 способа охраны торгового объекта

МДК 01.04. Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах

Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примеры тестовых заданий МДК 01.04. Технология коммерческой деятельности на ярмарках, аукционах и товарных биржах

1. Начальный этап при планировании участия в выставке

- А. принятие принципиального решения об участии в выставке;
- Б. определение целей участия фирмы в выставке;
- В. работа в ходе функционирования выставки;
- Г. подготовительно-организационная работа

2. Ответственный за организацию участия фирмы в выставке

- А. директор экспозиции фирмы;
- Б. стендист;
- В. коммуникатор;
- Г. нет верного ответа.

3. Посетители, заранее планирующие посещение определенных стендов

- А. «фланеры»;
- Б. новаторы;
- В. рационалисты;
- Г. «туристы».

4. Поклонники многолюдных стендов

- А. «туристы»;
- Б. «фланеры»;
- В. рационалисты;
- Г. консерваторы.

5. Независимый финансовый контроль осуществляют:

- А. аудиторы
- Б. Министерство финансов
- В. Счетная Палата

6. Для общего руководства ярмаркой образуется:

- А. ярмарочный центр;
- Б. ярмарочный пункт;
- В. ярмарочный комитет;
- Г. ярмарочная демонстрация.

7. Приняв решение об участии в выставке, фирма может решить для себя одну задачу:

- А. выявить новые рынки сбыта;
- Б. определить примерные объемы производства;
- В. составить производственный план на следующий год;
- Г. определить соотношение спроса и предложения.

8. В работе у стендов должны находиться несколько папок, а именно:

- А. две;

- Б. три;
- В. четыре;
- Г. пять.

9. Единый комплекс площади, которую устроитель ярмарки-выставки представляет в аренду заинтересованному участнику:

- А. витрина;
- Б. стенд;
- В. панель;
- Г. кронштейн.

10. Стенд, который открыт с двух сторон и обеспечивает удобный доступ к двум выставочным проходам:

- А. линейный;
- Б. «полуостров»
- В. сквозной;
- Г. угловой.

11. В ходе работы выставки руководитель стендов обязан проводить совещания, в ходе которых анализируется:

- А. затраты на работу стенда;
- Б. реакция на стенд и поведение посетителей;
- В. результативность участия в выставке;
- Г. целесообразность участия в выставке.

12. Одной из основных целей участия фирмы в ярмарках и выставках является:

- А. расширение ассортимента предлагаемых товаров;
- Б. поиск новых торговых партнеров;
- В. создание высокого имиджа фирмы;
- Г. обеспечение эффективной реализации комплекса маркетинга.

13. Укажите верный ответ:

А. основной задачей ярмарки является заключение прямых торговых сделок по образцам; основной задачей выставки является создание благоприятных условий для продажи товаров по их образцам;

Б. основной задачей выставки является заключение прямых торговых сделок по образцам; основной задачей ярмарки является создание благоприятных условий для продажи товаров по их образцам

14. В России ежегодно проводится торгово-промышленных выставок и ярмарок

- А. до 1000;
- Б. от 1000 до 1500;
- В. от 1500 до 2000;
- Г. свыше 2000.

15. Союз выставок России, стран СНГ и Балтии был переименован в Международный союз выставок и ярмарок в

- А. в 1993 г.;
- Б. в 1998 г.;
- В. в 2000 г.;
- Г. в 2002 г.

16. Высшее отличие выставочного мероприятия в России

- А. Знак Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- Б. Диплом Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- В. Медаль Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ);
- Г. Грамота Международного союза выставок и ярмарок (МСВЯ).

17. Радиус действия местных (региональных) выставок

- А. 50 км;
- Б. 100 км;
- В. 500 км;
- Г. 1000 км.

18. Минимальное число иностранных участников, позволяющее отнести выставку к международной

- А. 5%;
- Б. 10%;
- В. 12%;
- Г. 15%.

19. Союз международных ярмарок (UFI) создан

- А. в 1925 г.;
- Б. в 1929 г.;
- В. в 1939 г.;
- Г. в 1946 г.

20. Выставки, представляющие товары нескольких, обычно родственных, отраслей

- А. специализированные;
- Б. многоотраслевые;
- В. оба ответа верны;
- Г. нет верного ответа

21. Для общего руководства ярмаркой образуется:

- А. ярмарочный центр;
- Б. ярмарочный пункт;
- В. ярмарочный комитет;
- Г. ярмарочная демонстрация.

22. Стенд, который открыт с двух сторон и обеспечивает удобный доступ к двум выставочным проходам:

- А. линейный;
- Б. «полуостров»
- В. сквозной;
- Г. угловой.

23. В ходе работы выставки руководитель стендов обязан проводить совещания, в ходе которых анализируется:

- А. затраты на работу стенда;
- Б. реакция на стенд и поведение посетителей;
- В. результативность участия в выставке;
- Г. целесообразность участия в выставке

25. Состав товаров, выставяемых на торги, устанавливается:

- а) Министерством экономического развития и торговли РФ;
- б) Министерством финансов РФ;
- в) Государственным комитетом РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства;
- г) Комиссия по товарным биржам;
- д) биржей самостоятельно.

25. Товар, отличающийся по качеству от стандартного сорта:

- а) допускают к торгам, а для определения цены используют правило дифференцирования товара по уровню качества с соответствующими доплатами или скидками с цены;
- б) не допускают к торгам;
- в) допускают к торгам, а цену определяет отдел экономического анализа биржи в каждом случае индивидуально для каждого товара;
- г) продают по цене базисного товара при согласии продавца и покупателя;
- д) допускать товар к торгам или нет определяет бюро товарных экспертиз.

26. Взаимозаменяемость (обезличивание) товаров на бирже достигается путем:

- а) допуска к торгам товаров только базисного сорта;
- б) допуск к одним торгам только товары одного производителя;
- в) обязательной сертификацией товаров, допущенных к торгам
- г) использования множительных коэффициентов, что делает все сорта одинаковыми.

27. Товар, допускаемый к биржевым торгам, может быть:

- а) монопольным, т.е. монополистом может быть только продавец;
- б) уникальным, единственного производителя;
- в) только массовым, т.е. товар не должен быть монопольным;
- г) как массовым, так и монопольным.

28. Цены на биржевые товары устанавливаются:

- а) свободно, в соответствии со спросом и предложением;
- б) устанавливаются расчетно-клиринговой палатой биржи;
- в) рекомендуются отделом экономического анализа биржи;
- г) маклером секции;
- д) в пределах, установленных Комиссией по товарным биржам.

34. При анализе данного товара не применяется показатель годовой продукции:

- а) овес;
- б) соя – бобы;
- в) кукуруза;
- г) облигации Казначейства.

35. К основным группам вещественных биржевых товаров относятся:

- а) сельскохозяйственные лесные товары и продукты их переработки;
- б) ценные бумаги;
- в) фьючерсы на нефть и кукурузу;
- г) промышленное сырье и полуфабрикаты;
- е) индекс Доу-Джонс.

36. Число товаров, предлагаемых на товарных биржах за XX век:

- а) уменьшилось;
- б) увеличилось;
- в) осталось неизменным.

37. На предторговой стадии действует стандартизация:

- а) только количественная;
- б) только качественная;
- в) количественная и качественная;
- г) по решению клиента.

38. К биржевым товарам НЕ относятся:

- а) биржевые индексы;
- б) живой скот;
- в) цветные металлы;
- г) предметы искусства.

34. Потенциал рынка – это его:

- а) величина спроса;
- б) престиж;
- в) доступность;
- г) темп роста;
- д) предельный уровень спроса;
- е) стабильность.

35. Целью спекулятивной биржевой деятельности является:

- а) получение прибыли;
- б) стабилизация цен;
- в) поддержка производства;
- г) рост цен;
- д) снижение цен.

36. Организованному рынку присуще:

- а) существование утвержденных правил торговли, расчетов и поставок активов;
- б) монопольное положение продавцов активов;
- в) концентрация достаточного числа продавцов и покупателей во времени и пространстве;
- г) государственное регулирование и саморегулирование;
- д) правила торговли и расчетов устанавливаются участниками торговли индивидуально для каждого торга;
- е) только государственное регулирование.

37. Сопоставьте элемент инфраструктуры оптовой торговли и товар, реализующийся данным способом:

- | | |
|-------------------|-----------------------------------|
| 1: аукцион | А: оборудование |
| 2: торги | Б: произведения искусства |
| 3: товарные биржи | В: сельскохозяйственная продукция |

38. Торговля на товарной бирже осуществляется в:

- а) форме гласных публичных торгов;
- б) время, в которое может присутствовать как продавец, так и покупатель;
- в) форме, определяемой учредителями биржи;
- г) заранее определенном месте;
- д) промежуток с 11 до 17 часов;
- е) определенное время.

39. Добровольное объединение бирж и физических лиц в области биржевой торговли называется:

- а) ассоциация;
- б) концерн;

- в) акционерное общество; г) общество с ограниченной ответственностью;
- д) открытая биржа.

40. Национальные биржи:

- а) обслуживают рынки нескольких стран;
- б) действуют в пределах отдельно взятого государства;
- в) удовлетворяют потребности всего мирового рынка;
- г) ориентированы на внутренний рынок страны, при этом имеют ограничения в торговом и налоговом режиме.

41. Государственные биржи распространены в:

- а) Великобритании; б) США;
- в) России; г) Франции.

9. В России наиболее жестко регулируется государством деятельность ... бирж:

- а) товарных; б) валютных;
- в) фондовых; г) специализированных.

42. В современной Европе наибольшее распространение получили биржи:

- а) смешанные фондовые; б) государственные;
- в) частные; г) коммерческие;
- д) наличного товара.