

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Основы торгового дела

Код модуля
1164282(1)

Модуль
Основы торгового дела

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Никитина Наталья Юрьевна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Основы торгового дела

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Основы торгового дела

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1 -Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия
ПК-2 -Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать	З-1 - Знать классификацию ассортимента, видов дефектов и специфику формирования товарного ассортимента З-2 - Знать перечень методов и инструментов контроля и управления качеством товаров и услуг, подходы к организации	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

<p>необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>работы в области качества на предприятии, содержание стандартов серии ИСО 9000 П-1 - Владеть методами и инструментами контроля и управления качеством товаров и услуг, подходами к организации работы в области качества на предприятии У-1 - Уметь работать с нормативными документами, регламентирующими ассортимент и показатели товара и услуг по качеству и количеству У-2 - Уметь обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг и их сохранение</p>	
<p>ПК-5 -Способен участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>	<p>З-1 - Знать основные понятия методы и средства реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической) П-1 - Владеть навыками в осуществлении разработке и реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической) У-1 - Уметь осуществлять разработку проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>	<p>Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-7 -Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической и управленческой теории при решении профессиональных задач в торгово-экономической, торгово-</p>	<p>З-1 - Знать стандартные задачи и методы их решения в профессиональной деятельности З-2 - Знать особенности организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка П-1 - Владеть навыками в организации и управлении</p>	<p>Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p>

организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	торгово-технологическими процессами на предприятии У-1 - Уметь осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на предприятии	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	3,7	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	3,15	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям –		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		

4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. 1 Общесистемные особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования 2
Формы и методы продаж 3 Классификация торговых предприятий. 4 Организация и

планирование торгового зала. 5 Ассортимент торгового предприятия. Ассортиментная насыщенность. 6 Содержание и организация закупочной работы 7 Организация доставки товаров в магазины 8 Организация процессов приемки, хранения и подготовки товаров к продаже 9 Организация услуг розничной торговли и предъявляемые к ним требования 10 Организационные структуры торговых предприятий 11 Мотивация персонала торгового предприятия Личные продажи 12 Продажи с использованием прямого маркетинга Организация рекламы магазина 13 Оптовые торговые структуры и организация их деятельности

Примерные задания

Пример задания:

По предложенным ниже данным заполните таблицу, просчитайте показатели ассортимента (широту, глубину, насыщенность, устойчивость и новизну ассортимента). Предложите направления оптимизации ассортимента.

Базовыми показателями взяты показатели ассортимента магазина-конкурента «Мясновъ», так как он тоже специализируется на продаже мясных изделий и находится недалеко от исследуемого магазина: Ш баз = 8; Г баз = 21; Н баз = 97. Дополнительные данные Н фактич = 51; Н нов = 4

Группировка ассортимента магазина «Ваши колбасы»:

Колбасы вареные, сосиски, сардельки. Высшего сорта: «Докторская»; «Докторская в натуральной оболочке»; «Любительская»; «Прима»; «Сливочная»; «Телячья». Первого сорта: «Для завтрака»; «Молочная»; «Школьная». Второго сорта- «Семейная». Колбасы Полукопченые: «Дачная»; «Зернистая»; «Чесночная»; «Сервелат»; «Прима». Колбасы Варено-копченые: «Венская»; «Деликатесная»; «Московская»; «Салями»; «Сервелат». Колбасы сырокопченые: «Брауншвейгская.»; Зернистая.»; «Советская.»; «Советская в обсыпке»; «Московская». Колбасы сырокопченые колбасы в вакуумной упаковке (нарезка): «Брауншвейгская.»; «Зернистая.»; «Советская». Продукты из свинины и говядины копченые и копчено-вареные Ординарные: Ветчина «Для завтрака»; Ветчина «Любительская» Грудинка «Охотничья»; Корейка «Московская»; Орех «Мясной»; Шпик «Венгерский»; Шпик «Домашний»; Шпик копченный». Продукты из свинины и говядины копченые и копчено-вареные В вакуум. упаковке: Ветчина в форме; Грудинка «Охотничья»; Орех «Мясной». Продукты из свинины и говядины копченые и копчено-вареные - Деликатесы в вакуумной упаковке цельнокусковые: «Балык свиной»; «Бастурма»; Бекон «Мясницкий»; «Буженина»; «Говядина Любительская»; «Говядина по Восточному»; «Карбонат Праздничный»; Окорок «Деликатесный»; Филей «Охотничий»; Шейка «Экстра». Полуфабрикаты быстрого приготовления фасованные : «Гуляш из свинины пикантный»; «Мясо для шашлыка в маринаде»; «Люля-Кебаб»; Поджарка говяжья; Свинина для запекания. Фарш мясной: «Для начинки»; «Любительский»; «Особый»; «Домашний». Пельмени: «Столичные»; «Три богатыря»; «Поспел»; «Скоровар».

Таблица 1

Группировка ассортимента магазина «Ваши колбасы»

Широта ассортимента (группы) Глубина ассортимента (товарные подгруппы)

Насыщенность ассортимента (разновидности товаров)

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. 1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий

Примерные задания

1. Какие предприятия относятся к малым в розничной торговле?

- а) с численностью работающих до 10;
- б) с численностью работающих до 15;
- в) с численностью до 25 человек;
- г) с численностью работающих до 50 человек

2. К функциям коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий относится:

- а) изучение спроса и потребности в товарах;
- б) выбор поставщиков, формирование хозяйственных связей;
- в) оптовая и розничная продажа товаров;
- г) указанное в пп. 1, 2, а также управление товарным ассортиментом и товарными запасами.

3. Для оптовой торговли не свойственно:

- а) закупка крупных партий товаров у производителей;
- б) приспособление товарного ассортимента к потребностям промежуточных покупателей;
- в) концентрация значительных материальных ресурсов;
- г) осуществление продажи конечным покупателям.

4. К факторам внутренней среды торгового предприятия относятся:

- а) посредники, конкуренты;
- б) финансовые, материальные ресурсы предприятия;
- в) законодательно-нормативная база;
- г) поставщики.

5. Факторами внешней среды торгового предприятия являются:

- а) контрольно-инспектирующие органы;
- б) состояние материально-технической базы предприятия;
- в) торгово-технологические процессы;
- г) организационная структура предприятия.

6. Технологические процессы – это процессы, связанные:

- а) с движением товара и являются продолжением процесса производства в сфере обращения;
- б) с закупкой и продажей товаров;
- в) с предоставлением торговых услуг оптовикам;

г) с предоставлением торговых услуг покупателям в магазине.

7. К коммерческим процессам в торговле относятся:

- а) подсортировка;
- б) хранение товаров, транспортировка, разгрузка;
- в) заключение договоров, розничная продажа, реклама;
- г) оптовая закупка, оптовая продажа, упаковка фасовка.

8. Коммерческий агент – это:

- а) посредник при заключении биржевых соглашений, который действует по поручению и за счет клиентов;
- б) независимый оптовый посредник, который торгует от своего имени, имеет право собственности на товар;
- в) независимый предприниматель, имеющий дело с закупкой транспортных средств от своего имени и за свой счет, организует их сбыт;
- г) посредник, который действует от имени, в интересах, под контролем и за счет субъекта, которого он представляет.

9. Унитарное предприятие – это предприятие, которое:

- а) действует на основе коммунальной собственности территориальной громады;
- б) действует на основе смешанной формы собственности;
- в) создается одним учредителем, который выделяет необходимое имущество, формирует уставный капитал, утверждает устав, руководит, осуществляет наем персонала;
- г) действует на основе государственной собственности.

10. Корпоративное предприятия – это предприятие, которое:

- а) основывается двумя или большим количество учредителей по их совместному решению, действует на основе объединения имущества;
- б) создается с целью координации хозяйственной деятельности;
- в) создается на основе объединения производственных и коммерческих интересов;
- г) имеет участников с дополнительной солидарной ответственностью.

11. В зависимости от форм собственности и способов управления имуществом предприятия подразделяются на:

- а) частные;
- б) коллективные;
- в) государственные;
- г) совместные;
- д) все ответы верны

12. Какие виды предприятий относятся к частным?

- а) индивидуальные;
- б) семейные;
- в) частные;
- г) все ответы верны

13. Какие виды предприятий относятся к коллективным?

- а) кооперативы;
- б) хозяйственные общества;
- в) арендные товарищества;
- г) все ответы верны

14. На какие виды подразделяются хозяйственные общества?

- а) акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью;
- б) общества с дополнительной ответственностью и полные общества;
- в) коммандитные общества;
- г) все ответы верны

8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий

Задача

В магазине «Чибис» общее количество наименований товаров разнородных групп составляет 3100 (в т. ч. 20 наименований хлебобулочных изделий), а в магазине «Пенсионер» - 2900 (в т. ч. 30 наименований хлебобулочных изделий). Максимально возможное количество наименований товаров составляет 4900 (в т.ч. 25 наименований хлебобулочных изделий для магазина «Чибиса», и 32 для «Пенсионер»). По вине ОАО «КемеровоХлеб» в «Чибис» было поставлено только 50 % хлебобулочных изделий, а в «Пенсионер» - 75 % от общего количества наименований хлебобулочных изделий.

Необходимо рассчитать Кш и Кп; на основании полученных коэффициентов определить, какой из магазинов более конкурентоспособен, и в каком из них наиболее полно удовлетворится спрос на хлебобулочные изделия.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. 1. Сущность и содержание коммерции и торгового дела. 2. Основные виды коммерческой деятельности. 3. Многоуровневый сетевой маркетинг. Торговля на дому. 4. Дистанционная торговля: 5. Продажа технологий и услуг. 6. Основные виды и формы аренды. 7. Методы коммерческой деятельности. 8. Формы государственного регулирования деятельности участников сферы обращения. 9. Меры государственного регулирования оптовой и розничной торговли на федеральном и региональном уровнях. 10. Меры государственного регулирования на уровне предприятий и организаций торговли. 11. Регламентация деятельности розничных торговых предприятий по реализации продовольственных и непродовольственных товаров. 12. Непосредственное воздействие государства на торговлю 13. Экономические методы регулирования торговли. 14. Косвенное воздействие государства на торговлю 15. Специфические свойства услуг. 16. Условия продажи и цена товарного знака. 17. Право пользования товарным знаком. 18. Договор франчайзинга. 19. Виды франчайзинга 20. Обязанности франчайзи при расторжении договора и окончания срока франшизы. 21. Какие условия содержит раздел «Предмет договора»? 22. Что содержит преамбула договора? 23. В каких случаях применяются сокращённые определения сторон при составлении договора? 24. Кто имеет право подписи контрактов? 25. Что из себя представляет Оферта? 26. Можно ли отозвать акцепт? 27. Какие факторы учитываются при определении упущенной выгоды? 28. Что из себя представляют реальный и консенсуальный договоры? 29. Что такое пролонгация договора? 30. Что из себя представляет Договор контрактации? 31. От чего освобождают заявившую сторону форс-мажорные обстоятельства? 32. Средства изучения и прогнозирования покупательского спроса при проведении оптовых закупок 33. Виды источников поступления товаров в зависимости от формы установления хозяйственных связей 34. Виды источников поступления товаров в зависимости от территориального признака. 35. Формы оптовых закупок. 36. Формы проведения торгов. 37. Виды

аукционных процедур, применяемых в конкурсных торгах. 38. Что представляет собой оптовая ярмарка? 39. Что представляет собой оптовый продовольственный рынок? 40. Как рассчитать степень вероятности риска? 41. Что такое величина риска? 42. Какой риск несут фирмы, выступающие как посредники? 43. Какой метод управления рисками называется финансированием риска? 44. Укажите методы финансирования рисков. 45. В какой статье ГК РФ изложен порядок распределения рисков между заказчиком и подрядчиком? 46. Какие методы используются для определения степени риска? 47. С чем связано большинство международных рисков? 48. Розничная торговая сеть – основные понятия. 49. Материально-техническая база (МТБ) магазинов 50. Технологические операции в магазине 51. Классификация складов. 52. Основные функции склада. 53. Основные направления развития складского бизнеса. 54. Определение потребности в складской площади и емкости складов. 55. Организация и технология складских операций: 56. Размещение и выкладка товаров в торговом зале. 57. Приемка товаров по количеству 58. Сущность и необходимость товарных запасов 59. Виды товарных запасов 60. Факторы, влияющие на величину товарных запасов 61. Оптимизация размеров товарных запасов на предприятии 62. Метод структуризации товарных запасов при их оптимизации 63. Виды основных моделей регулирования товарными запасами 64. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятий. 65. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. 66. Критерий и показатели эффективности коммерческой деятельности.

Примерные задания

Студенты выполняют домашние работы по предложенным темам в виде докладов и презентаций. Длительность доклада не более 7 минут. В презентации не более 8 слайдов. Доклад оформляется в виде реферата. Баллы в БРС выставляются по общим результатам доклада, реферата и презентации.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Товарный знак и его использование в целях рекламы 2. Основные виды торгово-промышленных выставок и ярмарок 3. Потребительская оценка товаров на рынке 4. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров 5. Методы ценообразования 6. Методические подходы к выбору товаров при их закупке и сбыте 7. Факторы, влияющие на процесс формирования ассортимента. Управление товарной номенклатурой и ее количественная оценка 8. Определение объемов закупок и продаж товаров: методы, их сущность и технология расчетов 9. Проведение коммерческих переговоров и заключение договоров купли-продажи товаров 10. Взаиморасчеты: способы и формы расчетов, их влияние на коммерческую устойчивость предприятия 11. Технология закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия

11. Формирование и планирование товарных запасов 12. Оптимальные объемы запасов и наличности, методы их определения 13. Управление товарными запасами и скоростью товарооборота 14. Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров 15. Принципы и формы товародвижения, каналы распределения и их выбор 16. Классификация методов продажи, их технология и эффективность 17. Сервисное обслуживание. Виды услуг, их сущность и отличительные особенности 18. Классификация и сертификация услуг. Управление качеством услуг 19. Этапы проведения коммерческой сделки и их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), согласование условий договора, порядок заключения и исполнения 20. Виды договоров купли-продажи, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг 21. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами купли-продажи 22. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий. Основные критерии выбора банка для коммерческих предприятий 23. Формирование кредитных ресурсов и их структуры коммерческими предприятиями 24. Роль банков в организации электронной торговли 25. Организация биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции. Виды и цели биржевых сделок. Техника проведения биржевых операций 26. Организация торговли товарами на аукционах и торгах 27. Понятие ярмарок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок. Виды заключаемых сделок 28. Особенности коммерческой деятельности на различных рынках 29. Развитие фирменной торговли и анализ основных элементов фирменного стиля 30. Ввоз и вывоз товаров. Ставка налога и импортная пошлина 31. Денежные расчеты при осуществлении торговых операций 32. Эффективность коммерческой деятельности предприятия на внешнем рынке 33. Этапы выхода предприятия на внешний рынок 34. Внешнеторговый контракт и его содержание 35. Базисные условия поставки товаров и перемещение их через границу 36. Методы определения цены экспортных и импортных товаров 37. Особенности ценообразования на мировом рынке 38. Торговые посредники и их роль во внешнеэкономической деятельности 39. Основные мировые биржи и аукционы 40. Торговая реклама - ее основные цели, содержание и особенности 41. Основные средства рекламы, используемые в коммерческой деятельности 42. Международные торги и особенности их деятельности 43. Арбитраж, его роль и основные функции 44. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы, ее особенности

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности	ПК-5	П-1	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

