

АНПОО «БИРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНПОО

«Бирский кооперативный техникум»

_____ **Р.Г. Ахунова**

«__» _____ **20__** г.

Комплект контрольно-оценочных средств
по профессиональному модулю

ПМ. 05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства

(название дисциплины)

основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

по специальности СПО

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

(код и название специальности)

базовый

(уровень подготовки)

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) базовой подготовки и программы профессионального модуля ПМ. 05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства

Организация-разработчик: АНПОО «Бирский кооперативный техникум»

СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения.....	4
1. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля	4
2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на экзамене (квалификационном)	5
2.1. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК).....	5
2.1.1. Освоение умений и усвоение знаний.....	5
2.1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ.....	11
2.2. Требования к портфолио.....	12
2.3. Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности	14
2.4. Типовые задания для оценки освоения ПМ.....	15
3. Структура контрольно – оценочных материалов для экзамена (квалификационного).....	31
3.1. Паспорт.....	31
3.2. Задание для экзаменуемого.....	32
3.3. Пакет экзаменатора.....	41
4. Информационное обеспечение обучения.....	44
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Форма аттестационного листа по практике.....	45
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Оценочная ведомость.....	47

Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля **ПМ.05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства** основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности и составляющих его профессионалах компетенций (ПК).

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный) в форме выполнения заданий. Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности **освоен/ не освоен**».

1. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК 05.01 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства	Дифференцированный зачет	устный опрос, тесты, практические работы, внеаудиторная самостоятельная работа
УП	Дифференцированный зачет	Оценка выполнения работ по производственной практике
ПП	Дифференцированный зачет	Оценка выполнения работ по производственной практике

2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на экзамене (квалификационном)

2.1. В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки (№№ заданий, место, время, условия их выполнения)
1	2	3
ДПК 5.1. Использовать законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность	-использование законодательных и нормативно-правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность; - использование положений и инструкций по предпринимательской деятельности и бизнес-планированию	<u>Место:</u> учебный кабинет <u>Оборудование учебного кабинета и рабочего места:</u> индивидуальное рабочее место, необходимая нормативная литература, бланки документов <u>Технические средства:</u> компьютер, принтер <u>Время:</u> 1 час; <u>Условия:</u> экзамен проводится индивидуально (по подгруппам в количестве 6 человек)
ДПК 5.2Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею	- создание собственное конкретное дело; - обоснование выбора сферы предпринимательской деятельности, способа начала её осуществления, организационно-правовой формы предприятия	
ДПК5.3Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела	- самостоятельность выбора предпринимательской идеи и точность обоснования ее эффективности, - правильность формулировки цели деятельности в соответствии со сложившейся рыночной ситуацией	
ДПК5.4Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	- анализ и расчет потребности в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела; - аргументированность владение способами определения эффективности бизнеса; - соблюдение норм и требований расчет и анализ основных показателей эффективности инвестиционных затрат; - определение факторов риска	
ДПК5.5 Учитывать требования инвесторов при разработке бизнес-планов	Анализ разработанных бизнес-планов требованиям инвесторов; - оценка и анализ эффективности инвестиционных проектов	
ДПК5.6 Осуществлять организацию и управление предпринимательской деятельностью.	соответствие организационной структуры управления и корпоративного имиджа целям и задачам кооперативного дела, - правильность решения ситуаций по организации процесса обслуживания клиентов в соответствии с действующими принципами клиентоориентированности, - обоснованность и соответствие выбранной системы управления	

	инновациями и рисками сложившейся ситуации и поставленным целям	
ДПК 5.7 Формировать взаимоотношения с различными органами и службами	- правильность решения ситуаций по формированию взаимоотношений с различными органами и службами, - оформление документов, формирующих взаимоотношения в соответствии с установленными правилами	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	-демонстрация интереса к будущей профессии;	
ОК 2. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	-обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области предпринимательской деятельности	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- адекватность отбора и использования профессиональной задачи	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	-использование эффективного поиска необходимой информации; -использование различных источников, включая электронные пособия, учебники и т.д.;	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- демонстрация навыков и приемов использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	
ОК 6. Выполнение работы в коллективе и в команде, обеспечение ее сплочения, эффективного общения с коллегами, руководством, потребителями	-взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения;	

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	проявление ответственности за результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельное определение задач профессионального и личностного развития, занятия самообразованием, осознанное планирование повышения квалификации	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля;	
ОК 9. Быть готовым к смене технологий и профессиональной деятельности	- анализ инноваций в области профессиональной деятельности	
ОК10 Соблюдение правил техники безопасности, ответственности за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда	- Соблюдение правил техники безопасности, ответственности за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда	

2.1.1. Освоение умений и усвоение знаний:

Освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата	№№ заданий для проверки
1	2	3
Освоенные умения		
выбирать и обосновывать предпринимательские идеи, определять цель деятельности, выбирать вид деятельности		Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
применять различные методы изучения рынка, с целью обоснования целесообразности выбранного вида деятельности	Уметь анализировать состояние и тенденции изменения спроса населения на производимую продукцию; оказываемые услуги	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
выявлять сильные и слабые стороны рыночных позиций предприятия в сравнении с конкурентами; проводить мониторинги конкурентов	Уметь предоставлять краткие сведения о технологии производства товара, оказываемых услугах	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
оценивать потребности	Уметь осуществлять куплю-	Показатель оценивается

потребителей	продажу товаров (услуг) от своего имени и за свой счет, являясь владельцем продаваемого товара в момент заключения сделок	в рамках практических и лабораторных работ.
-формулировать цели, определять стратегию организации; -разрабатывать структуру бизнес-плана -осуществлять экономическое обоснование, расчет и анализ показателей бизнес-плана -составлять модели информационных, материальных и финансовых потоков при разработке бизнес-плана	Уметь оформлять договоры купли-продажи	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
-применять законодательные акты при организации кооперативного дела - выбирать организационно-правовую форму предпринимательства; составлять проекты учредительного договора, устава; -оформлять документы для государственной регистрации кооперативного дела;	Уметь организовывать доставку купленной продукции и оказание услуг	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
-формировать взаимоотношения с юридическими партнерами и контролирующими службами; -оформлять документы для открытия расчетного счета; обосновывать выбор оптимальной системы налогообложения	Уметь устанавливать цены на товары (услуги) и определять условия их сбыта (продажи) и оказания услуг	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
формировать имущество организуемого кооперативного дела	Уметь контролировать оплату покупателями (заказчиками) счетов изготовителей продукции или осуществляющих услуги	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
-отбирать персонал с учетом требований организации;	Уметь вести учет претензий покупателей (заказчиков) по исполнению договоров купли-	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.

-организовывать работу по обслуживанию клиентов с учетом действующего законодательства, принципов клиентоориентированности	продажи	
формировать организационную структуру и корпоративный имидж кооперативного дела	Уметь осуществлять работу по внедрению прогрессивных методов торговли	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ.
рассчитывать и анализировать основные показатели эффективности инвестиционных затрат; определять и рассчитывать факторы риска		
Усвоенные знания		
-сущность кооператива, преимущества его создания	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
особенности отечественного и зарубежного опыта предпринимательской деятельности; источники формирования предпринимательских идей, критерии и методы их отбора	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
методику проведения исследований рынка, в целях обоснования целесообразности выбранного вида деятельности	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
значение, структуру, требования к разработке и содержанию бизнес-плана; требования к оформлению бизнес-плана, презентации и инвестиционного предложения;	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса,

деятельность; права, обязанности и ответственность предпринимателя;		выполнение контрольной работы
процедуру государственной регистрации для коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей в соответствии с законодательством РФ; процедуру получения лицензии на осуществление отдельных видов деятельности; базовые системные программные продукты и пакет прикладных программ по бизнес- планированию;	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
особенности построения взаимоотношений с юридическими партнерами и контролирующими службами; виды систем налогообложения и порядок постановки на налоговый учет;	Показатель оценивается в рамках ДЗ по МДК	Показатель оценивается в рамках практических и лабораторных работ, устного опроса, выполнение контрольной работы
источники формирования имущества и трудовых ресурсов организуемого кооперативного дела		
особенности ведения торгово-коммерческой, сервисной, заготовительной и производственной деятельности; правовые основы защиты прав потребителей; показатели эффективности работы организации		
организационные структуры, органы управления и контроля, особенности		

формирования корпоративной культуры		
виды инноваций, их значение для повышения экономической деятельности; типы и виды предпринимательских рисков, виды потерь и процесс управления рисками.		

2.1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ

Текущий контроль освоения студентами программного материала профессионального модуля и его составляющих (междисциплинарных курсов) имеет следующие виды: входной, оперативный и рубежный контроль.

Входной контроль знаний студентов проводится в начале изучения профессионального модуля и его составляющих (междисциплинарных курсов, производственной практике) с целью определения освоенных знаний и умений (базовых) в рамках изучения общепрофессиональных дисциплин: Математика, Статистика, Бухгалтерский учет, Экономика организации, Анализ финансово-хозяйственной деятельности, Организация коммерческой деятельности, Безопасность жизнедеятельности, а также выстраивания индивидуальной траектории обучения студентов.

Оперативный контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы профессионального модуля, а также стимулирования учебной работы студентов, мониторинга результатов образовательной деятельности, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебно-воспитательного процесса.

Оперативный контроль проводится преподавателем на любом из видов учебных занятий. Формы оперативного контроля (контрольная работа, опрос, выполнение и защита практических работ, выполнение рефератов (докладов), подготовка презентаций, наблюдение за деятельностью обучающихся и т.д.) выбираются преподавателем, исходя из методической целесообразности, специфики профессионального модуля и его составляющих (междисциплинарных курсов, производственной практике).

Рубежный контроль является контрольной точкой по завершению отдельного раздела профессионального модуля и его составляющих (междисциплинарных курсов), имеющих логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения.

Дифференцированный зачет по междисциплинарному курсу проводится по завершению освоения программы междисциплинарного курса. Производственная практика оценивается дифференцированным зачетом.

Экзамен (квалификационный) проводится в последнем семестре освоения программы профессионального модуля и представляет собой форму независимой оценки результатов обучения с участием работодателей. Условием допуска к экзамену (квалификационному) является успешное освоение обучающимися всех элементов программы профессионального модуля – МДК и предусмотренных практик.

Уровнем подготовки студентов при проведении экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю является решение о готовности к выполнению профессиональной деятельности: «вид профессиональной деятельности освоен/не освоен».

К критериям оценки уровня подготовки студента относятся:

- уровень освоения студентом материала, предусмотренного программой профессионального модуля и его составляющих (междисциплинарных курсов, производственной практике);
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

Дополнительным критерием оценки уровня подготовки студента является результат научно-исследовательской, проектной (курсовой) деятельности; промежуточная оценка портфолио студента.

2.2. Требования к портфолио

Тип портфолио смешанный тип портфолио

Общие компетенции, для проверки которых используется портфолио:

- ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
- ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
- ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
- ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
- ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
- ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
- ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
- ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
- ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
- ОК 10 Соблюдать правила техники безопасности, нести ответственность за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда

Состав портфолио:

1. Отчет по практике
2. Дневник практики
3. Характеристика практиканта по итогам практики.
4. Грамоты, благодарственные письма, дипломы (при наличии)

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие кооператива. Преимущества кооперативного дела. Социальная значимость кооператива.
2. Предпринимательская идея. Источники формирования предпринимательских идей.
3. Критерии и методы отбора предпринимательских идей.
4. Виды экономической деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации.
5. Цели создания кооперативного дела. Формулирования целей.
6. Понятие маркетинга. Основные цели, задачи, принципы, функции маркетинга.
7. Сегментация рынка: понятие, факторы сегментации рынка.
8. Критерии выбора целевого сегмента.
9. Комплекс маркетинга кооперативных организаций: товар, цена, товародвижение и продвижение товара.
10. Система маркетинговой информации кооперативных организаций и методология изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки.
11. Анкетирование как метод изучения рынка. Структура анкет.
12. Бенчмаркинг: сущность, применение для поиска и обоснования предпринимательских идей.
13. Фирменный стиль: понятие, характеристика составляющих.
14. Маркетинг 3.0: понятие, цели и задачи, основные направления.
15. Бизнес-план как основа создания кооперативной организации. Структура и функции бизнес-плана.
16. Оценка эффективности бизнес-плана.
17. Законодательные акты в области предпринимательства.
18. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса.
19. Права, обязанности, ответственность предпринимателей.
20. Организационно-правовые формы предпринимательства, их преимущества и недостатки.
21. Выбор организационно правовой формы предпринимательства.
22. Процедура государственной регистрации организаций, индивидуальных предпринимателей в соответствии с законодательством РФ.
23. Разработка учредительных документов, учредительного договора.
24. Процедура получения лицензии на осуществление отдельных видов деятельности.
25. Открытие в установленном порядке расчетных и других счетов в банках.
26. Организация учета доходов и расходов в соответствии с системой налогообложения.
27. Ответственность за совершение налоговых и административных правонарушений.
28. Источники формирования имущества организуемого кооперативного дела: паевые взносы; доходы от предпринимательской деятельности; гранты и субсидии от государства на безвозмездной и безвозвратной основе; кредиты, займы; инвестиции; государственные программы развития малого бизнеса.
29. Аренда недвижимости. Организация бизнеса в форме франчайзинга.
30. Лизинг.
31. Источники привлечения персонала в организацию.
32. Процедура отбора персонала. Требования, предъявляемые к кандидатам.
33. Методы отбора персонала.
34. Заключение трудовых контрактов.
35. Адаптация работников: понятие, виды и этапы.
36. Торгово-коммерческая деятельность. Современные форматы розничной и оптовой торговли.

37. Типы оптовых предприятий .
38. Типы розничных предприятий.
39. Сфера сервиса. Форматы сервиса.
40. Организация производственной и заготовительной деятельности .
41. Клиентоориентированность как инструмент повышения конкурентоспособности.
42. Правовые основы защиты прав потребителей.
43. Организационные структуры управления: понятие, принципы формирования, типы, их преимущества и недостатки.
44. Органы управления и контроля.
45. Предпринимательская культура- как фактор эффективных социально-трудовых отношений.
46. Элементы корпоративного имиджа: фирменный стиль, бренд,
47. Реклама, создание рекламы.
48. Понятие инноваций, их роль и функции в современном мире. Классификации инноваций.
49. Оценка экономической эффективности инноваций.
50. Предпринимательские риски. Типы и виды предпринимательских рисков. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
51. Процесс управления предпринимательскими рисками. Виды потерь при наступлении риска. Способы и пути снижения предпринимательского риска.

2.3. Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности ПМ 05 «Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства» осуществляется на экзамене (квалификационном).

Условием допуска к экзамену (квалификационному) является положительная аттестация по МДК, учебной и производственной практике.

Экзамен (квалификационный) проводится в виде выполнения практических заданий, оценки содержания и защиты портфолио работ, защиты курсовой работы. Портфолио работ оценивается на соответствие (не соответствие) структуре, оформлению и содержанию. При необходимости возможно проведение защиты портфолио с использованием презентации. Портфолио работ используется для оценивания сформированных общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности. Условием положительной аттестации (вид профессиональной деятельности освоен) на экзамене (квалификационном) является положительная оценка (80% выполнения задания) освоения всех профессиональных компетенций по всем контролируемым показателям.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

Промежуточный контроль освоения профессионального модуля осуществляется при проведении дифференцированного зачета по МДК и дифференцированного зачета по производственной практике.

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания. Контроль проводится в форме дифференцированного зачета.

Предметом оценки производственной практики является приобретение практического опыта, а также освоение общих и профессиональных компетенций.

Контроль и оценка по производственной практике проводится на основе утвержденного документационного обеспечения практики: приказ, договор с предприятием, содержание производственной практики, сопроводительная и отчетная документация по практике, характеристик обучающихся с места прохождения практики,

составленных и завизированных руководителем практики от техникума и руководителем практики от предприятия (базы практики). В характеристике отражаются виды работ, выполненные обучающимся во время практики, их объем, качество выполнения.

2.4. Типовые задания для оценки освоения ПМ.04

2.4.1 Текущий контроль

- 1) Устные опросы по темам МДК
- 2) Практические работы
- 3) Самостоятельные внеаудиторные работы

Условия выполнения опроса

1. Место выполнения опроса: учебный кабинет
2. Максимальное время проведения устного опроса на одном занятии: 20 мин.

Критерии оценки при проведении устного опроса.

«**Отлично**» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен техническим, грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала;

«**Хорошо**» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала; ответ четко структурирован, выстроен в логической последовательности, изложен технически-грамотным языком, однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.

«**Удовлетворительно**» ставится, если дан не полный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения ответа на вопросы Варианта имеют некоторые нарушения, допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, в ответе не присутствуют доказательные доводы, сформированность умений показана слабо, речь неграмотная.

«**Неудовлетворительно**» ставится, если дан не полный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, терминах и др.); в ответе отсутствуют выводы, речь неграмотная; сформированность умений не показана.

Условия выполнения и критерии оценки при проведении практических и лабораторных работ

Условия выполнения и критерии оценки при проведении практических и лабораторных работ представлены в методических указаниях по выполнению практических и лабораторных работ студентов среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (по программе базовой подготовки) по ПМ.05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства.

Условия выполнения и критерии оценки при проведении самостоятельной внеаудиторной работы

Условия выполнения и критерии оценки при проведении самостоятельной внеаудиторной работы представлены в методических указаниях по выполнению самостоятельной внеаудиторной работы студентов среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (по программе базовой подготовки) по ПМ.05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства

Раздел 1. Организация купли- продажи товаров (услуг)

Тема 1.1. Введение

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Охарактеризуйте профессию Агент коммерческий. Должностная инструкция.
2. Дайте характеристику этическим принципам и нормам деловых отношений?
3. Что понимают под профессиональной этикой?
4. Какие существуют универсальные принципы деловой этики?
5. Какие существуют международные этические принципы бизнеса?

Тема 1.2. Мерчандайзинг

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что понимают под продвижением и стимулированием продаж?
2. Что называют мерчандайзингом. Цель, задачи и функции мерчандайзинга. Что такое визуальный мерчандайзинг?
3. Что называют техникой продаж? Каким образом происходит планирование рабочего времени?
4. Каким образом происходит работа с возражениями (рекламациями) граждан. Какие существуют особенности поведения покупателя?
5. Какие существуют основные факторы, влияющие на покупательское поведение?
6. Что называют стратегией продаж? Что такое активные и пассивные продажи?
7. Что понимают под торговой маркой?

Тема 1.3. Ассортиментная политика

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что называют ассортиментной политикой?
2. Что понимают под оптимальным ассортиментом?
3. Какие существуют направления ассортиментной стратегии?
4. Каким образом происходит развитие ассортиментной политики?
5. Что понимают под формированием ассортимента?
6. Что называют объемом и разнообразием ассортимента?
7. Какие существуют положительные факторы и выгоды широкого ассортимента товаров?

Практические работы

Практическая работа №1 «Расчет показателя прироста прибыли»

Тема 1.4. Спрос и предложение

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что называют спросом и законом спроса?
2. Что понимают под предложением и законом предложения?
3. Что называют торговыми и технологическими процессами?

Тема 1.5. Товарный запас

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что называют товарным запасом?
2. В чем сущность необходимости наличия запаса товара?
3. Какие существуют методы расчета товарных запасов?

Практические работы

Практическая работа №2 «Расчет товарных запасов»

Тема 1.6. Розничный товароборот

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность розничного товароборота?

2. Что понимают под составом и структурой товарооборота?
3. Каким образом происходит анализ товарооборота?

Тема 1.7. Внутренняя планировка и торговое оборудование

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что понимают под общими сведениями о планировке магазина?
2. Что называют технологической планировкой магазина?
3. Каким образом происходит оптимальное использование пространства торговой точки?
4. Что называют атмосферой магазина?
5. Какие существуют типы магазина и формы продажи?

Практические работы

Практическая работа №3 «Расчет эффективности использования торговой площади»

Тема 1.8. Психология клиента

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют виды покупок?
2. Опишите факторы, влияющие на совершение покупок

Практические работы

Практическая работа №4 «Решение ситуационных задач (Закон о защите прав потребителя)»

Тема 1.9. Выкладка товаров

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют принципы и стандарты выкладки товара?
2. Какие функции у точек продаж в магазинах?
3. Опишите варианты выкладки товаров?
4. Какие существуют способы представления товара?
5. Каким образом происходит работа с плохо продающимся товаром?

Тема 1.10. Упаковка и внешний вид товара

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют особенности упаковки и внешнего вида товара?
2. Каким должен быть внешний вид ценников и уровень информации?
3. Какие существуют факторы, обуславливающие результативность решений в сфере упаковки?
4. Опишите этапы разработки дизайна упаковки?

Тема 1.11. Восприятие и потребительское поведение. «Золотой треугольник»

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Каким образом происходит подход к ценовым группам?
2. Какие потребности ведут к покупке?
3. Какие существуют критерии и стили потребительского поведения?
4. В чем сущность правила «золотого треугольника»?
5. Каким образом происходит изменение размеров «золотого треугольника» в зависимости от расположения ходовых товаров?

Тема 1.12. Реклама в мерчандайзинге

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какое основное значение рекламы?
2. Какие существуют виды рекламных носителей?
3. Какие предъявляются требования к рекламному тексту?

4. Каким образом происходит оформление рекламных носителей?
5. Какие существуют принципы размещения рекламных материалов?
6. Что понимают под законами зрительного восприятия?

Практические работы

Практическая работа №5 «Разработка рекламного материала»

Тема 1.13. Стандарты обслуживания

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Каким образом происходит использование тестовых методик для улучшения процесса торговли?
2. В чем сущность системного (комплексного) подхода мерчандайзинга?
3. Что понимают под стандартом мерчандайзинга?
4. Что называют фейсингом?

Тема 1.14. Прямой маркетинг

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность и формы прямого маркетинга?
2. В чем сущность прямой почтовой рассылки?
3. Каким образом происходят продажи по каталогам?
4. Что называют телемаркетингом?
5. Что называют телевизионным маркетингом?
6. Что понимают под интернет- маркетингом?

Тема 1.15. Продвижение товара (услуг)

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют функции продвижения?
2. Какой состав и основные положения теории и практики рекламной деятельности?
3. В чем сущность рекламирования в промышленном маркетинге?
4. Каким образом происходит разработка сообщения (послания)?
5. В чем сущность работы рекламных агентств?
6. Каким образом происходит планирование рекламной деятельности?
7. Что понимают под стимулированием продаж?
8. Какие существуют коммуникативные характеристика стимулирования сбыта?

Тема 1.16. Международный маркетинг

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность и какие цели международного маркетинга?
2. Какие существуют этапы интернационализации бизнеса в маркетинге?
3. В чем сущность маркетинговых исследований в международном маркетинге?
4. Каким образом происходит тактика выхода на рынок?

Тема 1.17. Корпоративные идентифицирующие маркетинговые коммуникации

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность корпоративных идентифицирующих маркетинговых коммуникаций?
2. Какие существуют инструменты корпоративных идентифицирующих маркетинговых коммуникаций?
3. Что понимают под элементами и носителями фирменного стиля?
4. В чем сущность маркетинговых креативных коммуникационных констант?
5. Что называют брендингом?

Тема 1.18. Выставки и ярмарки

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность коммуникационных характеристик выставочно-ярмарочных мероприятий?
2. Опишите классификацию выставочно-ярмарочных мероприятий?
3. Каким образом происходит анализ участия предприятия в выставочно-ярмарочных мероприятиях?

Тема 1.19. Организация складской деятельности

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Раскройте основные понятия складской деятельности?
2. Опишите классификацию складов?
3. Какие существуют методы учета и контроля запасов на складе?

Тема 1.20. Ценообразование

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Что понимают под системой ценовых методов?
2. Каким образом происходит установление цены продажи?
3. Какие существуют методы ценообразования?

Тема 1.21. Психологические стороны делового общения

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют правила делового поведения?
2. В чем сущность искусства общения?

Практические работы

Практическая работа №6 «Подготовка и проведение деловой беседы»

Практическая работа №7 «Подготовка и проведение телефонного разговора»

Практическая работа №8 «Подготовка и проведение переговоров»

Практическая работа №9 «Подготовка и проведение презентации товара (услуги)»

Практическая работа №10 «Составление и оформление делового письма»

Тема 1.22. Использование современных информационных технологий в деловых отношениях

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность современных информационных технологий?
2. Как происходит использование электронной почты в деловых отношениях?
3. Какие существуют способы проведения групповых совещаний при помощи информационных технологий?

Тема 1.23. Имидж делового человека

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность этики делового контакта?
2. Какая должна быть обстановка общения и этические формулы?
3. Что называют речевой культурой?

Тема 1.24. Конфликты в деловом общении

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем причина конфликтов в деловом общении?
2. Какие существуют правила выхода из конфликта?
3. В чем сущность этики служебных взаимоотношений?

Практические работы

Практическая работа №11 «Решение ситуационных задач»

Практическая работа №12 «Решение ситуационных задач»

Самостоятельная работа обучающихся

1. Подготовка докладов на темы:
2. Деловой этикет
3. Культура телефонного общения.
4. Деловая переписка.
5. Визитная карточка в деловой жизни.
6. Общение – основа человеческого бытия.
7. Понимание в процессе общения.
8. Успех делового общения.
9. Способности – важное условие в профессиональной деятельности.
10. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
11. Выбор средств распространения рекламы.
12. Оценка эффективности рекламы.
13. Особенности использования отдельных средств распространения рекламы.
14. Понятие профессиональной этики.
15. Деловой протокол.
16. Интерьер рабочего помещения.
17. Успех делового общения.
18. Понимание в процессе общения.
19. Способности – важное условие успеха в профессиональной деятельности.
20. Эмоции и чувства в профессиональной деятельности.
21. Правила поведения в конфликтах.
22. Аргументы и их влияние на эффективность общения.

Раздел 2. Оформление документов при сделке купле- продаже товаров (услуг)

Тема 2.1. Документы по снабжению и сбыту

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Какие существуют требования к оформлению документов по снабжению?
2. Какие существуют требования к структуре документов по снабжению?
3. Какие существуют требования к содержанию документов по снабжению?

Практические работы

Практическая работа №13 «Составление и оформление договора бытового заказа»

Практическая работа №14 «Составление и оформление договора купли-продажи»

Практическая работа №15 «Составление и оформление договора поставки»

Практическая работа №16 «Составление и оформление протокола разногласий к договорам поставки»

Практическая работа №17 «Составление и оформление коммерческого акта»

Практическая работа №18 «Составление и оформление претензионных писем»

Практическая работа №19 «Составление и оформление искового заявления»

Самостоятельная работа обучающихся

1. Поиск информации в сети Интернет:
2. Требования к оформлению документов в соответствии с ГОСТ.
3. Характеристика бытового заказа.
4. Характеристика договоров.
5. Характеристика протоколов.
6. Характеристика претензионно - исковой документации.
7. Характеристика денежных и финансово-расчетных документов

Раздел 3. Организация послепродажного обслуживания

Тема 3.1. Роль послепродажных услуг на потребительском рынке

Вопросы для проведения устного опроса:

1. Дайте понятие и поясните сущность послепродажного обслуживания?
2. Что называют смешанным сервисом?
3. Какие основные цели эффективного послепродажного обслуживания?
4. Как происходит планирование операций и системы информации?
5. В чем сущность интеграция послепродажного обслуживания?

Тема 3.2. Доставка товаров

Вопросы для проведения устного опроса:

1. В чем сущность доставки товара?
2. Какова структура договора поставки?
3. Какие существуют способы доставки товара?

Практические работы

Практическая работа №20 «Составление и оформление документации (акты, сведения, справки, пр.) по послепродажному обслуживанию»

Самостоятельная работа обучающихся

1. Подготовка рефератов на темы:
2. Послепродажное обслуживание и его особенности.
3. Характеристика видов продаж.
4. Санитарные правила, охрана труда и противопожарная безопасность в торговой точке.
5. Культура торговли.
6. Правила этикета.
7. Ответственность материально- ответственных лиц.

2.5.2 Рубежный контроль

Условия выполнения тестового задания

1. Место выполнения задания: учебный кабинет
2. Максимальное время выполнения задания: 1ч 30 мин.
3. Форма выполнения: тестовая работа на компьютерах

Оценивание теста обучающихся производится по следующей схеме:

«5» - получают учащиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества;

«4» - ставится в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«3» - соответствует работа, содержащая 50 – 70 % правильных ответов;

«2» - соответствует работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

Тестовая контрольная работа «Организация купли- продажи товаров (услуг)»

1. Дополни:
Прямой маркетинг – наука непосредственного воздействия на потребителя с целью _____ товара или услуг и развития прямых отношений с клиентом.
2. Дополни:
Существуют следующие формы прямого маркетинга:
– прямой маркетинг по почте;
– маркетинг по каталогам;
– _____;
– телевизионный маркетинг;

– электронная торговля.

3. Установите соответствие:

1. Электронная торговля	А. использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям
2. Прямой маркетинг по почте	Б. прямой маркетинг через двухканальную систему, которая связывает кабельной или телефонной линией потребителей с компьютеризированным каталогом продавца
3. Телемаркетинг	В. прямой маркетинг, осуществляемый путем рассылки почтовых отправлений потенциальным клиентам

4. Выбрать один правильный ответ:

_____ продажа осуществляется разъездными торговыми агентами (коммивояжерами) непосредственно на дому, к конторах клиентов или на специально организованных встречах на дому с группой потенциальных покупателей (соседей, родственников)

- А) телемаркетинг
- Б) прямой
- В) косвенная
- Г) прямой маркетинг по почте
- Д) Электронная торговля
- Е) Маркетинг по каталогам
- Ж) интегрированная

5. Выбрать правильный ответ:

Эффективным подходом к увеличению продаж является _____ прямой маркетинг, по которым понимается проведение компанией прямого маркетинга путем использования различных маркетинговых средств, применяемых в несколько этапов, с целью улучшения положительной реакции потребителей на предложения и увеличение прибыли, например, последовательное применение рекламы, прямого маркетинга по почте, телемаркетинга и личных визитов сбытовиков.

- А) телемаркетинг
- Б) прямая
- В) косвенная
- Г) интегрированный

6. Какого вида покупок не существует:

- А) запланированные
- Б) частично спонтанные
- В) спонтанные
- Г) частично спланированные

7. Вставьте пропущенные слова в предложение.

На _____ покупки приходится самая весомая доля приобретений. На втором месте - _____ покупки, на третьем - _____ покупки.

8. Покупатели более активно реагируют в продуктовых гипермаркетах на такие цвета упаковок и товаров как:

- А) желтый, оранжевый, красный
- Б) черный, коричневый, фиолетовый
- В) бежевый, коричневый, зеленый
- Г) Цвет не является основанием для выбора покупки

9. Поясните на примере, как может фон, иллюзия положительно сказаться на выборе покупки.

10. Для какого вида покупок характерно высказывание «... мне это скоро пригодиться, пока есть возможность, куплю про запас...»?

11. Что не относится к социальным факторам, влияющим на совершение покупки?

- А) участие кумира в рекламе
- Б) Выбор одежды по совету друга
- В) Руководитель организации покупает деловую одежду
- Г) Реклама с лозунгом «наша продукция сертифицирована и одобрена»

12. Какие факторы относятся к глобальными и не поддаются контролю?

13. Какая категория людей больше подвержена рекламе и влиянию:

- А) взрослые люди
- Б) молодежь
- В) дети
- Г) пожилые люди

14. Назовите, к какой группе факторов относится пример «В аптеке с хорошим именем мы видим, вялого, неопрятного фармацевта, который отталкивает и вы уходите»

- А) глобальные
- Б) локальные
- В) личностные
- Г) местные

15. Чем можно объяснить тот факт, что сектор детской рекламы невелик?

16. Для уменьшения прохода не применяется:

- А. дисплей
- Б. рекламный носитель
- В. стойка с плакатом
- Г. декоративная колонна

17. Дополнительные места продаж организуются для товаров:

- А. с высоким оборотом
- Б. с низким товарооборотом
- В. запланированных
- Г. частично запланированных

18. В продуктивном магазине товарами-якорями являются:

- А. молочные продукты
- Б. детское питание
- В. кондитерский отдел
- Г. напитки

19. Если у товара на первом среди его характеристик месте стоит красота, уникальность, новизна и комфорт то это

- А. товар низкой стоимости
- Б. товар средней стоимости
- В. дорогой товар

20. Если продажа товара характеризуется такими фразами как «будет с вами долгие годы», «правильный выбор», то это

- А. товар низкой стоимости
- Б. товар средней стоимости
- В. дорогой товар

Эталоны ответов			
1 – продвижения	6 – г	11 – г	16 – а
2 – интегрированный	7 – спонтанные, запланированные, частично запланированные	12 – законодательство, мировая и национальная экономика	17 – а
3 – б, в, а	8 – а	13 – б	18 – а
4 – б	9 –	14 – в	19 – в
5 – г	10 – частично запланированные	15 – за детей осуществляют покупки родители	20 – б

Тестовая контрольная работа «Оформление документов при купле- продаже товаров (услуг)»

1. Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия – это...

- А. решения по подбору торгового персонала.
- Б. ассортиментная, марочная и ценовая политика.
- В. проведение маркетинговых исследований.
- Г. решения по форме торгового обслуживания.

2. Информационно-консультационные услуги включают...

- А. проведение презентаций товаров.
- Б. реализация товаров в кредит.
- В. прием стеклопосуды.
- Г. предоставление информации об услугах магазина.

3. Факторы окружающей внешней микросреды розничного торгового предприятия – это...

- А. инфляция.
- Б. сезонность.
- В. конкуренты.
- Г. общечеловеческие ценности.

4. Форма торгового обслуживания определяется...

- А. методами продажи товаров.
- Б. торговой площадью.
- В. дополнительными услугами.
- Г. ассортиментом предлагаемых товаров.

5. Дополнительные услуги розничного торгового предприятия- это...

- А. формирование ассортимента.
- Б. упаковка купленных в магазине товаров.
- В. предложение товара покупателю.
- Г. организация доставки товаров.

6. Цели сегментации рынка розничного торгового предприятия:

- А. обслуживание всех категорий населения.
- Б. ориентация на конкретного покупателя.
- В. обеспечение рациональности и оптимальности затрат предприятия.
- Г. уход от конкурентной борьбы в неосвоенный сегмент рынка.

7. Затратный метод ценообразования предполагает определение розничным торговым предприятием цены реализации товара, исходя из...

- А. суммы закупочной стоимости и процента, определяемого готовностью покупателя платить за товар.
- Б. суммы закупочной стоимости и фиксированного процента к ней.
- В. представления о готовности покупателя платить за товар.
- Г. цен конкурентов.

8. Предмет анализа цен, ориентированных на покупателя,- это ...

- А. наличие эластичности цен.
- Б. ориентация на конкурентов.
- В. готовность покупателя платить определенную цену.
- Г. исследование конъюнктуры рынка.

9. Сильные стороны стратегии высоких/низких цен – это...

- А. предложение одного и того же товара различным сегментам.
- Б. возможность ориентации только на один сегмент покупателей.
- В. возможность создания «возбуждающей» атмосферы распродаж, привлекающей огромное количество покупателей.
- Г. ориентация на издержки.

10. Правильно оформленные и рационально размещенные ценники должны:

- А. соответствовать размеру товара.
- Б. располагаться точно над товаром.
- В. поставляться производителям вместе с товаром.
- Г. читаться без дополнительной консультации продавца.

11. С помощью средств мерчандайзинга можно:

- А. использовать методы ценового стимулирования.
- Б. увеличить оборот по наиболее выгодной категории товара.
- В. улучшить качество товаров.
- Г. избежать резких перепадов покупательской активности.

12. Отметьте правильную последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA:

- А. интерес, внимание, действие, желание.
- Б. желание, интерес, действие, внимание.
- В. внимание, желание, интерес, действие.
- Г. внимание, интерес, желание, действие.

13. Основные процедуры мерчандайзинга:

- А. оформление места продажи.
- Б. реклама в СМИ.
- В. представление товаров в торговом зале.
- Г. проведение PR- кампании магазина.

14. При планировке магазина с использованием «решетки» с линейным продольным размещением оборудования:

- А. стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.
- Б. стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.
- В. применяется разбивка торгового зала на изолированные секции.
- Г. предусматривается разнообразие комбинаций линейной и боксовой планировок.

15. Вертикальная выкладка товаров предусматривает:

- А. размещение однородных товаров по всей длине оборудования.
- Б. демонстрацию мелких товаров в кассетах.
- В. размещение однородных товаров несколькими рядами сверху вниз .
- Г. размещение товаров на стенах.

16. Метод поиска потенциальных клиентов, сутью которого является процесс установления и использования контактов, называется:

- А. метод слепого поиска;
- Б. метод наблюдения;

- В. метод бесконечной цепочки;
- Г. метод формирования агентской сети.

17. Как сторонам бартерного контракта защитить свои интересы, связанные с возможным неисполнением обязательств другой стороной:

- А. следует установить в контракте более короткий срок поставки;
- Б. следует указать в контракте, что встречный поставщик является первым поставщиком;
- В. следует потребовать от встречного поставщика банковскую гарантию должного исполнения контракта на сумму, которая будет считаться достаточной для компенсации потерь
- Г. при недостаточной надежности встречного поставщика следует найти другого партнера по бартерному обмену

18. Базисные условия поставки – это условия:

- А. определяющие обязанности сторон по доставке товаров;
- Б. устанавливающие момент перехода риска случайной гибели товара или его порчи с продавцом на покупателя;
- В. устанавливающие момент перехода права собственности с продавца на покупателя.
- Г. все ответы верны.

19. Коммерческий агент по продаже косметических средств обращается к руководителю фитнес - клуба с просьбой о встрече с дамами членами клуба и о возможности презентации товара. Какой метод поиска потенциальных клиентов использует коммерческий агент:

- А. метод слепого поиска;
- Б. метод бесконечной цепочки;
- В. метод источник влияния;
- Г. метод наблюдения

20. Оговорка в контракте купли-продажи о скидках в цене за поставку товара более низкого качества называется:

- А. бонификация;
- Б. рефакция;
- В. рекламация.
- Г. все ответы верны.

21. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из ...

- А. реклама в газетах, журналах, на радио и телевидении
- Б. реклама в СМИ, директ-маркетинг, сейлз-промоушн, личные продажи, паблик рилейшнз, выставочная и ярмарочная деятельность, сопутствующие материалы, реклама в Интернет.
- В. реклама в СМИ, паблик рилейшнз, личные продажи, выставочная деятельность, сопутствующие материалы.
- Г. все ответы верны.

22. От чего зависит психологическая эффективность рекламы

- А. от современного дизайна
- Б. от правильно составленного текста
- В. от учета психологических особенностей восприятия информации целевой аудиторией
- Г. все ответы верны

23. Уникальное торговое предложение это...

- А. эксклюзивный товар
- Б. уникальное преимущество товара, используемое в опосредованном рекламном сообщении
- В. престижное место продаж
- Г. все ответы верны

24. Что является документом, закрепляющим необходимые условия для реализации коммерческой сделки:

- А. расчет цены товара;
- Б. контракт;
- В. сертификат о качестве товара.
- Г. все ответы верны.

25. Что из ниже перечисленного не является характерной чертой предпринимательской деятельности:

- А. самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, действующих в рамках правовых норм;
- Б. творческий потенциал общества;
- В. экономическая заинтересованность, преследующая цель получение прибыли.
- Г. все ответы верны.

26. Самое эффективное планирование затрат на рекламную кампанию:

- А. метод «цель – задание»
- Б. метод максимальных расходов, которые может себе позволить выделить на рекламу фирма
- В. метод фиксированного процента, желательного не более 5%
- Г. все ответы верны.

27. Место рекламы в комплексе маркетинга:

- А. о рекламе говорят на этапе формирования товара, либо услуги
- Б. понятие рекламы заложено в понятии продвижение
- В. реклама – есть составляющая любого элемента комплекса маркетинга.
- Г. все ответы верны.

28. Сделка по купле и продаже реального товара с отсроченным сроком его поставки называется:

- А. опционной;
- Б. фьючерсной;
- В. форвардной.
- Г. все ответы верны.

29. Какую основную цель ставит перед собой предприниматель:

- А. соблюдение законодательства;
- Б. получение прибыли;
- В. социальная удовлетворенность работников.
- Г. все ответы верны.

30. Какая из указанных функций не является функцией предпринимательства:

- А. контрольная функция;
- Б. ресурсная функция;
- В. общеэкономическая функция;
- Г. творческо-поисковая (инновационная) функция.

Эталоны ответов					
1 – б	6 – б	11 – б	16 – б	21 – б	26 – а
2 – а	7 – б	12 – г	17 – г	22 – в	27 – в
3 – в	8 – а	13 – а	18 – а	23 – а	28 – в
4 – а	9 – а	14 – а	19 – г	24 – в	29 – б
5 – б	10 – а	15 – б	20 – в	25 – б	30 – в

Контрольная работа «Организация послепродажного обслуживания»

1. Основные задачи витрины как функционального элемента магазина:

- А. участие в формировании торгового ассортимента.
- Б. ознакомление с торговым ассортиментом.
- В. увеличение торговой зоны.
- Г. отражение новых направлений моды.

2. POS- средства – это...

- А. стикеры.
- Б. реклама в газете.
- В. мобайлы.
- Г. оценка работы персонала.

3. Представление товаров по цветной гамме целесообразно магазинах:

- А. торгующих продовольственными товарами.
- Б. желающих представить товар в больших количествах.
- В. торгующих непродовольственными товарами для обеспеченной категории потребителей.
- Г. торгующих хозяйственными товарами.

4. Чувствительных к цене покупателей можно стимулировать с помощью...

- А. цены.
- Б. имиджа торгового предприятия.
- В. бренда продавца.
- Г. дисконтный карты.

5. Цели мерчандайзинга производителя:

- А. увеличение общей прибыли магазина.
- Б. поддержание продаж товаров собственных марок.
- В. совершенствование торгового ассортимента магазина.
- Г. увеличение доли запасов товаров собственных марок в магазине .

6. Импульсивная покупка – это покупка...

- А. являющаяся следствием обдуманного решения.
- Б. незапланированная, совершенная под влиянием момента.
- В. совершаемая после сбора предварительной информации.
- Г. вызванная акцией по стимулированию продаж в торговом зале магазина.

7. Тактические товары – это товары, которые...

- А. дополняют имеющийся ассортимент.
- Б. способствуют утверждению фирменной марки.
- В. привлекают покупателя своей дешевизной.
- Г. нуждаются в модернизации.

8. Преимущества использования товаров private label для розничного торгового предприятия заключаются в следующем:

- А. увеличении расходов поставщика на продвижение товаров.
- Б. возможности снижения розничной цены.
- В. увеличение розничной цены.
- Г. укреплении имиджа торгового предприятия.

9. Поведенческие признаки сегментации рынка розничного торгового предприятия- это...

- А. искомые выгоды.
- Б. стиль жизни.
- В. место и время покупки.
- Г. уровень доходов.

10. Группировка покупателей по «статусу пользователя» предполагает определение:

- А. основных выгод, которые потребители ждут от приобретения товара в конкретном магазине.
- Б. покупателей, приобретающих товар одной и той же марки.
- В. покупателей, не пользующихся товаром.
- Г. покупателей, ищущих дешевый товар.

11. Покупательная способность потребителя – это...

- А. выявление покупателей, на которых идет дальнейшая ориентация.
- Б. диапазон размера покупки в магазине в денежном выражении.

В. лояльность покупателя розничному торговому предприятию.

Г. средняя стоимость покупки при одном посещении.

12. Изменение ассортимента товара путем вариации товара означает... А. создание комплиментарного (сопутствующего) товара.

Б. создание нового продукта с изменением параметрами наряду со старыми вариантами товара.

В. создание нового продукта взамен старого варианта товара.

Г. все ответы верны.

13. Товарная марка предназначена для того, чтобы...

А. компенсировать недостающее товару качество

Б. обосновать перед потребителем более высокую цену на товар

В. дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

Г. все ответы верны

14. Спрос можно считать эластичным, если...

А. при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос

Б. при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

В. при изменении цены спрос не изменяется

Г. спрос изменяется независимо от цены

15. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи...

А. длительностью действия

Б. величиной цены, по которой продается товар

В. ничем не отличается

Г. все ответы верны

16. Реклама - это...

А. неличная коммуникация

Б. немассовая коммуникация

В. двухсторонняя коммуникация

Г. все ответы верны

17. Физическое распределение товара означает...

А. продажу его через посредников

Б. транспортировку и хранение

В. безвозмездную передачу товара клиенту

Г. все ответы верны

18. Интенсивное распределение товара осуществляется...

А. поставками в сеть специализированных магазинов

Б. через большое число торговых точек массового назначения

В. путем поставки товара непосредственно потребителю

Г. все ответы верны

19. Канал распределения – это...

А. способ распространения рекламы

Б. совокупность организации и или лиц, принадлежащими производителю

В. с помощью почты

Г. все ответы верны

20. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем...

А. покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи

Б. покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для личного потребления

В. покупателями оптовой торговли являются только организации

Г. все ответы верны

21. Внутренняя среда организации объединяет...

- А. человеческие ресурсы;
- Б. технические ресурсы.
- В. коммерческие и финансовые ресурсы
- Г. все ответы верны.

22. Какие виды обслуживания применяют в магазине при продаже товаров...

- А. самообслуживание
- Б. через автоматы
- В. все не верно
- Г. а и б верно

23. Какое из требований не относится к требованиям эргономики услуги торговли...

- А. уровень освещенности
- Б. уровень шума
- В. требования к персоналу
- Г. требования к товарам надлежащего качества

24. К анализу ассортимента применяется следующий критерий оценки:

- А. срок службы товара
- Б. рентабельность
- В. "проходимость" торговой площади
- Г. количество продавцов

25. Что является объектом обучения...

- А. знания
- Б. навыки
- В. персонал
- Г. поведение

26. Какая из указанных функций не является функцией предпринимательства:

- А. контрольная функция;
- Б. ресурсная функция;
- В. общеэкономическая функция;
- Г. творческо-поисковая (инновационная) функция

27. Что является документом, закрепляющим необходимые условия для реализации коммерческой сделки:

- А. расчет цены товара;
- Б. контракт;
- В. сертификат о качестве товара.
- Г. все ответы верны

28. Какую основную цель ставит перед собой предприниматель:

- А. соблюдение законодательства;
- Б. получение прибыли;
- В. социальная удовлетворенность работников.
- Г. все ответы верны.

29. Человек, профессионально осуществляющий организационно-управленческую деятельность это:

- А. предприниматель;
- Б. руководитель;
- В. менеджер.
- Г. все ответы верны.

30. Возвращение товаров, вывезенных за границу и забракованных покупателем – это...

- А. импортная операция
- Б. экспортная операция
- В. реимпортная операция

Г. реэкспортная операция

Эталоны ответов					
1 – б	6 – б	11 – б	16 – а	21 – в	26 – а
2 – а	7 – а	12 – б	17 – а	22 – г	27 – б
3 – в	8 – б	13 – в	18 – б	23 – б	28 – в
4 – а	9 – а	14 – а	19 – б	24 – а	29 – б
5 – б	10 – в	15 – а	20 – б	25 – б	30 – б

3. Структура контрольно-оценочных материалов для экзамена (квалификационного)

3.1. ПАСПОРТ

Назначение: КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ 05 «Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (базовой подготовки)

Профессиональна (ые) компетенция (и):

ДПК 4.1. Использовать законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность

ДПК 4.2. Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею

ДПК 4.3. Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела

ДПК 4.4. Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

ПК 4.5. Учитывать требования инвесторов при разработке бизнес-планов

ПК4.6. Осуществлять организацию и управление предпринимательской деятельностью

ПК4.7. Формировать взаимоотношения с различными органами и службами

Общие компетенции:

ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий

ОК8 Самостоятельное определение задач профессионального и личностного развития, занятия самообразованием, осознанное планирование повышения квалификации

ОК9 Быть готовым к смене технологий и профессиональной деятельности мообразованием, осознанное планирование повышения квалификации

ОК10 Соблюдение правил техники безопасности, ответственности за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда

3.2 ЗАДАНИЕ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ

Условия выполнения задания:

Место: учебный кабинет

Оборудование учебного кабинета и рабочего места:

Индивидуальное рабочее место, необходимая нормативная литература, бланки документов

Технические средства: компьютер, принтер

Время: 1 час;

Условия: Экзамен проводится индивидуально (по подгруппам в количестве 6 человек)

Вариант № 1

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Порядок инвентаризации.
2. Ассортимент товаров (услуг).
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за штуку и продает в количестве 1700 штук еженедельно по цене 235 руб. Отдел сбыта по результатам маркетинговых исследований рекомендует на одну неделю понизить цену на 5%.

Рассчитать, сколько единиц товара нужно продать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

Вариант № 2

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Организация складской деятельности.
2. Прямой маркетинг.
3. Определите наиболее выгодный способ продажи картофеля, производимого фермером:
А - розничный магазин-супермаркет (картофель мытый, упакованный по 1 кг)
Б - местные магазины (не расфасованный и невымытый продукт)
В - продажа проезжающим автомобилистам и дачникам (нерасфасованный и невымытый, но отборный картофель)
Г - оптовый продавец картофеля (картофель сортированный, мытый, расфасованный по 25 кг в мешки).

Исходные данные - в таблице

Результаты различных способов продажи картофеля.

Способ продажи	Цена за 1 кг, д.е.	Затраты на 1 кг, д.е.	Размер сегмента (объем продаж), кг.
А	12	10,5	150
Б	7	8	40
В	10	3	10
Г	8	6	200

Вариант № 3

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Продвижение товара.
2. Розничный товароборот.
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за штуку и продает в количестве 1700 штук еженедельно по цене 235 руб. Отдел сбыта по результатам маркетинговых исследований рекомендует на одну неделю понизить цену на 5%.

Рассчитать, сколько единиц товара нужно продать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

Вариант № 4

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Выставки и ярмарки.
2. Сертификат соответствия.
3. Решить ситуацию:

Когда покупательница приобретала губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

Вариант № 5

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Методы и техника рационального размещения товаров.
2. Значение рекламы в мерчандайзинге.
3. Решить задачу:

Рассчитать коэффициент установочной площади оборудования, сделать вывод. Общая площадь магазина 1730 м², а оборудование занимает в нем 548 м².

Вариант № 6

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Восприятие и потребительское поведение.
2. Работа с рекламациями.
3. Решить ситуацию:

Покупатель заказал по интернету телевизор. Через 4 дня телевизор сгорел. Когда покупатель обратился на страничку, где заказывал товар, она была пуста. Кто виноват в данной ситуации?

Вариант № 7

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Международный маркетинг.
2. Товарные знаки и их характеристика.
3. Решить задачу:

В прошлом году объем продаж отдела мужской одежды составил 248 936 000 руб. В этом году объем продаж составил 256 782 000 руб. Каким был процентный рост объема продаж?

Вариант № 8

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Психология покупателя.
2. Элементы и носители фирменного стиля.
3. Решить ситуацию:

Когда покупательница приобрела губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

Вариант № 9

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Направление ассортиментной политики.
2. Управление временем (тайм-менеджмент).
3. Решить задачу:

Объем продаж отдела драгоценностей в сентябре прошлого года составил 200 000 руб. В сентябре этого года он составил 220 000 руб. Определите процентный рост продаж.

Вариант № 10

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Атмосфера магазина.
2. Профессиональная этика.
3. Решить ситуацию:

В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его

примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги.

Вариант № 11

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Расчет процентного роста или уменьшения продаж.
2. Значение упаковки и внешний вид товара.
3. Решить ситуацию:

Родители купили детскую коляску за 17 тысяч рублей. Через неделю она распозлзлась по швам. В магазине коляску принять обратно отказались, ссылаясь на то, что коляска вся грязная испачканная гадостями ребёнка. Покупатели призвали на помощь СМИ и вместе с ними потребовали провести экспертизу, которую провели за счёт магазина. Товар приняли, а деньги вернули. Какой статьёй Закона РФ «О защите прав потребителей» пользовались покупатели?

Вариант № 12

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Доставка товаров.
2. Публичное выступление.
3. Решить ситуацию:

Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

Вариант № 13

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Планирование продаж.
2. «Золотой треугольник».
3. Решить ситуацию:

Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

Вариант № 14

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Презентация товара (услуги) по телефону.
2. Приоритетное место.
3. Решить задачу:

Рассчитать коэффициент установочной площади оборудования, сделать вывод. Общая площадь магазина 1730 м², а оборудование занимает в нем 548 м².

Вариант № 15

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Выкладка товаров.
2. Конфликты в деловом общении.
3. Решить задачу:

Рассчитать коэффициент установочной площади оборудования, сделать вывод.

Общая площадь магазина 2340 м², а оборудование занимает в нем 603 м².

Вариант № 16

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Активные и пассивные продажи.
2. Ассортиментная политика.
3. Решить ситуацию:

В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышь с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышь?

Вариант № 17

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Товарный запас и его значение.
2. План продаж.
3. Решить ситуацию:

Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

Вариант № 18

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Приемка товаров по количеству и качеству.

2. Стандарты обслуживания.

3. Решить ситуацию:

На упаковке печенья, которое приобрёл покупатель, было написано «Акционерное общество открытого типа «Большевик», ГОСТ 24901 - 89, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал. В 100 г продукта: белка 7,5г., жира 12,1 г., углеводов 71,2 г., дата изготовления. А какая вообще информация должна быть на упаковке?

Вариант № 19

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Понятие послепродажного обслуживания.
2. Внутренняя планировка и торговое оборудование.
3. Решить ситуацию:

Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

Вариант № 20

Инструкция

Внимательно прочитайте задание.

Вы можете воспользоваться учебно-методической и справочной литературой, имеющейся на специальном столе.

Время выполнения задания – 45 мин.

Задание

Текст задания

1. Понятие мерчандайзинга.
2. Условия возврата и обмена недоброкачественных товаров.
3. Решите задачу:

Рассчитать коэффициент установочной площади оборудования, сделать вывод. Общая площадь магазина 1000 м², а оборудование занимает в нем 540м².

3.3 ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

3.3.1. УСЛОВИЯ

Количество вариантов задания для экзаменуемого – 20 вариантов

Время выполнения каждого задания – 45 минут

Оборудование: инвентарь, бланки документов

3.3.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Выполнение задания:

- обращение в ходе задания к информационным источникам;
- рациональное распределение времени на выполнение задания (обязательно наличие следующих этапов выполнения задания: ознакомление с заданием и планирование работы; получение информации; подготовка продукта; рефлексия выполнения задания и коррекция подготовленного продукта перед сдачей).

Подготовленный продукт/осуществленный процесс:

Наименование компетенции	Наименование критериев оценки компетенции	Выполнил	Не выполнил
ДПК 4.1 Участвовать в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказанию различных коммерческих услуг.	-Демонстрация умений в установлении коммерческих связей, заключении договоров и контроле их выполнения	усвоил	
ДПК 4.2 Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление артистов, спортсменов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.).	-Демонстрация умений в управлении товарными запасами и потоками и обеспечивать процесс товародвижения	усвоил	
ДПК 4.3 Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий.	-Оформление документации купли-продажи в соответствии с ГОСТ Р 6.3-2003	усвоил	

<p>ДПК 4.4 Выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации.</p>	<p>-Демонстрация умений оказания услуг розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организации розничной торговли</p>	<p>усвоил</p>	
<p>ДПК 4.5 Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.</p>	<p>-Демонстрация умений обоснования основных методов и приемов в организации управления предприятием, установлении деловых контактов в процессе делового общения</p>	<p>усвоил</p>	

Характеристика продукта/процесса (критерии оценки: описание эталона качества; заданного алгоритма; этапов процесса выполнения задания и т.п.) и отметка о выполнении/невыполнении.

3.3.3.Требования к дифференцированному зачету по производственной практике

Практика студентов является составной частью основной образовательной программы СПО и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке студентов на базах практики. Предметом оценки по производственной практике является приобретение практического опыта, а также освоение общих и профессиональных компетенций.

Студент при прохождении практики обязан:

- полностью выполнять задания, предусмотренные общей программой практики и конкретным индивидуальным заданием;
- подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового распорядка;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;
- представить своевременно руководителю практики дневник-отчет о выполнении всех заданий и сдать дифференцированный зачет по практике.

Контроль и оценка по производственной практике проводится на основе утвержденного документационного обеспечения практики: приказ, договор с предприятием, содержание производственной практик, сопроводительная и отчетная документация по практике, аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) составленного и завизированного руководителем практики от техникума и руководителем практики от предприятия (базы практики). В характеристике отражаются виды работ, выполненные обучающимся во время практики, их объем, качество выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации (техникума), на базе которой проходила практика.

Дифференцированный зачет по практике выставляется на основе защиты студентами отчетов перед специальной комиссией с участием руководителя производственной практикой. К защите отчета допускается студент, полностью выполнивший программу практики.

Студенту, не выполнившему программу практики, в ведомости выставляется «не аттестован». Если программа практики не выполнена без уважительных причин, студент считается неуспевающим. Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику вторично в свободное от учебы время.

Если результаты защиты отчета признаны неудовлетворительными, комиссия принимает решение о возможности повторной защиты. Отчет по практике может защищаться на комиссии не более трех раз.

Студент, не выполнивший программу практики без уважительных причин или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность.

Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

Коды и наименование формируемых профессиональных, общих компетенций, умений	Виды и объем работ на производственной практике, требования к их выполнению и/ или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
2	3	4
<p>ДПК 4.1 Участвовать в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказанию различных коммерческих услуг.</p>	<p>-Демонстрация умений в установлении коммерческих связей, заключении договоров и контроле их выполнения</p>	<p>Аттестационный лист</p>
<p>ДПК 4.2 Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление артистов, спортсменов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.).</p>	<p>-Демонстрация умений в управлении товарными запасами и потоками и обеспечивать процесс товародвижения</p>	<p>Аттестационный лист</p>
<p>ДПК 4.3 Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий.</p>	<p>-Оформление документации купли-продажи в соответствии с ГОСТ Р 6.3-2003</p>	<p>Аттестационный лист</p>
<p>ДПК 4.4 Выполнять необходимую техническую</p>	<p>-Демонстрация умений оказания услуг розничной торговли с соблюдением</p>	<p>Аттестационный лист</p>

<p>работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации.</p>	<p>Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организации розничной торговли</p>	
<p>ДПК 4.5 Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.</p>	<p>-Демонстрация умений обоснования основных методов и приемов в организации управления предприятием, установлении деловых контактов в процессе делового общения</p>	<p>Аттестационный лист</p>

4. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Конституция РФ (в действующей редакции).
2. Гражданский кодекс РФ: часть первая от 30 ноября 1994г. № ФЗ (в действующей редакции); часть вторая от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (в действующей редакции);
3. Федеральный закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ (в действующей редакции)
4. Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах и их союзах) в РФ», от 19.06.1992г.№085-1 (в действующей редакции)
5. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: учебное пособие/Г.Г.Иванов, Ю.К. Баженов – М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА – М, 2019. – 304с.
6. Памбухчиянц О.В., Организация коммерческой деятельности. Учебник для образовательных учреждений СПО/О.В. Памбухчиянц – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 272 с.

Дополнительные источники:

1. Навигатор для наставников «Игровой курс развития предпринимательских компетенций. Сборник методических материалов по организации и проведению предпринимательских игр» /под общей редакцией С.С. Гиля. – Казань, 2019. – 150 с.
2. Стратегический менеджмент. Курс лекций: учебное пособие/В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: НИЦ Инфра –М, 2020. – 288 с.
3. Федорянич О.И. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере коммерции и торговли: Учебник для студентов учреждений сред. проф. образования - М.:Издательский центр "Академия", 2020. - 192 с.
4. Деловой вестник «Российской кооперации». Дайджест: журнал. Приложение к газете «Российская кооперация»/ учредитель Центросоюз России.
5. Российская кооперация: газета для пайщиков/учредитель Центросоюз России.
6. Российское предпринимательство: журнал/учредитель Академия народного хозяйства при Правительстве РФ. Издательство «Красивая экономика».
7. Современная торговля: журнал / учредитель Комитет Торгово-промышленной палаты по развитию потребительского рынка. Центросоюз России. Издательство-торговый дом « Панорама».

Интернет- ресурсы:

1. Информационная справочная система Консультант Плюс.
2. Бизнес-журнал [Электрон. Ресурс] Режим доступа: <http://www.1000ideas.ru>. 30.11.2011.
3. Бизнес-журнал Он-лайн [Электрон. Ресурс] Режим доступа: <http://www.business-magazine.ru>. - 30.11.2011
4. Свой бизнес [Электрон. Ресурс] Режим доступа: <http://www.mybis.ru>.

Клерк. Новости предпринимательства [Электрон. Ресурс] Режим доступа: <http://www.klerk.ru>

Аттестационный лист по практике	
<p>Иванов Иван Иванович, обучающийся(аяся) на <u>2</u> курсе по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) успешно прошел(ла) производственную практику по профессиональному модулю ПМ.05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства в объеме 36 часов с «__»__20__ г. по «__»__20__ г. в организации _____ (название организации, юридический адрес)</p> <p>Виды и качество выполнения работ</p>	
<p>Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики</p>	<p>Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика (умеет/не умеет)</p>
<p>Участвовать в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказанию различных коммерческих услуг.</p>	<p>умеет</p>
<p>Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление артистов, спортсменов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.).</p>	<p>умеет</p>
<p>Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий.</p>	<p>умеет</p>
<p>Выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации.</p>	<p>умеет</p>
<p>Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.</p>	<p>умеет</p>

**Оценочная ведомость по профессиональному модулю
ПМ.05 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства**

ФИО _____
 обучающийся на 2 курсе по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по
 отраслям) освоил(а) программу профессионального модуля ПМ.05 Организация
 кооперативного бизнеса и предпринимательства в объеме 171 час. с «__».____.20__ г.
 по «__».____.20__ г. Результаты промежуточной аттестации по элементам
 профессионального модуля.

Элементы модуля (код и наименование МДК, код практик)	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК 05.01 Организация кооперативного бизнеса и предпринимательства	-	
ПП 05	Дифференцированный зачет	

Итоги экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да / нет)
ДПК5.1. Использовать законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность		да
ДПК5.2. Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес- идею		да
ДПК5.3. Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела		да
ДПК5.4. Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности		да
ДПК5.5. Учитывать требования инвесторов при разработке бизнес-планов		да
ДПК5.6. Осуществлять		да

организацию и управление предпринимательской деятельностью.		
ДПК5.7. Формировать взаимоотношения с различными органами и службами		да

Дата «__» _____ 20__ г. Подписи членов экзаменационной комиссии

Председатель: _____ / _____ /

Заместитель председателя: _____ / _____ /

Члены комиссии: _____ / _____ /

_____ / _____ /

_____ / _____ /