



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Начальник УРОПС

Фонд оценочных средств  
(приложение к рабочей программе модуля)  
**«ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата  
по направлению подготовки

**38.03.01 ЭКОНОМИКА**  
Профиль программы  
**«ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА»**

ИНСТИТУТ  
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления  
кафедра менеджмента

## 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-10: Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчёта экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчёты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p>	<p>ПК-10.4: Анализирует исходные данные, необходимые для расчёта цен и обоснования выбора ценовой политики организаций разных отраслей</p>	<p>Торгово-закупочная деятельность</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научные проблемы в области прогрессивных направлений управления ассортиментом товаров, общие методологию и схему организации процессов управления ассортиментом и закупками для решения коммерческих задач;</li> <li>- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы управления ассортиментом товаров;</li> <li>- стратегии компании в области управления ассортиментом и закупками товаров;</li> <li>- основные элементы категорийного менеджмента как системы компании, правила его внедрения в управление розничным предприятием торговли;</li> <li>- методологию управления ассортиментом товаров;</li> <li>- модели и методы управления ассортиментом товаров;</li> <li>- технологию процесса закупки товаров;</li> <li>- организацию работы службы закупок;</li> <li>- стратегии, методы управления и прогнозирования закупок;</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систематизировать и обобщать информацию при анализе системы управления ассортиментом и закупками предприятия;</li> <li>- анализировать конкретные профессиональные ситуации в коммерческой деятельности предприятий, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности;</li> <li>- формировать стратегию управления</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>ассортиментом и закупками товаров на предприятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать тактические мероприятия по управлению ассортиментом товаров и организации работы с поставщиками, а также осуществлять контроль их исполнения;</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийным аппаратом товарного портфеля и закупок в коммерческой деятельности фирмы;</li> <li>- методологией формирования товарного портфеля и управления закупками;</li> <li>- методами проведения анализа ассортимента товаров и поставщиков;</li> <li>- техниками ведения переговоров в процессе закупки товаров;</li> <li>- методами управления при оптимизации товарного портфеля и закупок в коммерческой деятельности предприятия;</li> <li>- навыками разработки мероприятий в области формирования товарного портфеля и проведения закупок;</li> <li>- навыками поиска необходимой информации по формированию товарного портфеля и управлению закупками.</li> </ul>

## **2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачета, относятся:

- промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

### **3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения всех тем дисциплины студентами всех форм обучения – знания основных методов управления маркетинговой деятельностью промышленного предприятия (Приложение № 1). Тестирование обучающихся проводится на занятиях по очной форме обучения, а по очно-заочной и заочной формам обучения – как форма внеаудиторной самостоятельной работы студента.

Тестовое задание предусматривает выбор правильного ответа (или нескольких вариантов ответа) на поставленный вопрос из предлагаемых вариантов ответа.

Оценка по результатам тестирования зависит от уровня освоения студентом тем дисциплины и соответствует следующему диапазону (%): положительная оценка («зачтено») выставляется студенту при получении от 56 до 100% верных ответов, «не зачтено» выставляется при получении менее 56% верных ответов.

3.2 В приложении № 2 приведены типовые задания и контрольные вопросы к практическим занятиям, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Целью практических занятий является формирование знаний, умений и навыков по применению методов антикризисного управления маркетинговой деятельностью предприятия. Оценка результатов выполнения заданий по каждой работе производится на основании ответов студента на вопросы по предложенной тематике, при представлении эссе, реферата по теме занятия. По практическим занятиям выставляется экспертная оценка по четырехбалльной шкале – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Неудовлетворительная оценка выставляется, если студент не выполнил и не представил предусмотренные рабочей программой дисциплины задания.

### **4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

4.1 Промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости. При промежуточной аттестации по дисциплине учитываются оценки студента по промежуточному тестированию и контрольной работе.

4.2 Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2) «зачтено», «не зачтено»; 3) 100 - балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов</b>	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
<b>Работа с информацией</b>	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать и систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной

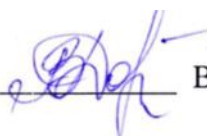
Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
				задачи
<b>Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

## **5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ**

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Торгово-закупочная деятельность» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль «Прикладная экономика»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 05.04.2022 г.)

Заведующая кафедрой

  
В. В. Дорофеева

## **ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

### **Вариант 1**

#### **1. Основной функцией торговли является ...**

- а) хранение;
- б) предоставление информации;
- в) реализация товара;

#### **2. Индивидуальный предприниматель – это...**

- а) самостоятельный человек;
- б) это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, ведущее предпринимательскую деятельность с;
- в) это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, ведущее предпринимательскую деятельность без создания юридического лица.

#### **3. К функциям коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий относится**

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

#### **4. 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;

#### **На макроуровне оптовая торговля выполняет функции...**

- а) защитную;
- б) оценочную, регулирующую;
- в) стимулирующую;

#### **6. Магазин – это**

- а) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;
- б) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров универсального ассортимента преимущественно из транспортной тары населению или предприятиям для последующей перепродажи;
- в) закрытое, оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца;



здесь же хранится товарный запас;

**7. Магазины, которые реализуют две-три группы товаров, объединенных общностью спроса**

- а) крупные;
- б) универсальные;
- в) специализированные;

**8. Среди факторов, влияющих на размещение розничных торговых предприятий, называют ...**

- а) курс валют;
- б) уровень образования в стране;
- в) величина и плотность города;

**9. Принцип территориальной доступности означает...**

- а) соблюдение территориальной пешеходной и транспортной доступности объектов розничной торговли, в том числе удобство подъездных путей и парковки, с целью минимизации затрат потребления;
- б) размещение торговой сети с учетом тенденции универсализации объектов торговли товарами повседневного спроса и специализации прочих объектов;
- в) обеспечение каждого магазина необходимым объемом товарооборота, условиями для рентабельной работы;

**10. Коммерческая деятельность, связанная с действиями граждан и юридических лиц, направленная на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей -**

- а) сделка;
- б) предпринимательская деятельность;
- в) коммерческая деятельность;

**11. Документ, который составляется в случае, когда количество и качество товара не соответствует договору**

- а) акт;
- б) рекламация
- в) претензия.

**12. Ответ лица, которому адресована оферта – это**

- а) акцепт;
- б) контракт;
- в) договор;

**13. Услуга розничной торговли –**

- а) это форма товарного обращения;
- б) это реализация товаров крупными партиями, что предполагает их дальнейшую перепродажу;
- в) это результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей

**14. Дополнительными услугами, связанными с покупкой товаров, определяют следующие:**

- а) упаковку, доставку товаров;

- б) организацию крытых площадок;
- в) организацию кафетерий, буфетов;

**15. К информационно-консультационным услугам относят...**

- а) консультации специалистов по товарам; проведение рекламных презентаций товаров;
- б) упаковка товаров;
- в) проверка тех. оборудования;

**16. Перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям магазинами, зависит от:**

- а) месторасположения магазина;
- б) ассортимента профиля магазина;
- в) специализации магазина, места его расположения, торговой площади.

**17. Мерчандайзинг - это**

- а) комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки;
- б) правила грамотной выкладки товаров;
- в) подбор такого ассортимента товаров, который больше всего отвечает потребностям покупателей;

**18. Ассортимент – это**

- а) рекламное оборудование для размещения упаковки товара на полках и визуального выделения товара среди конкурентов;
- б) расположение товаров на полках, прилавке, стеллажах;
- в) число видов товарных единиц одной товарной категории.

**19. Форма товародвижения бывает**

- а) складская;
- б) транзитная;
- в) трехзвенная.

**20. Для перевозки морским транспортом чаще всего выбирают такой вид груза, как ...**

- а) скоропортящиеся продукты;
- б) живые грузы;
- в) сверхтяжелые грузы.

**Вариант 2**

**1. Основной целью деятельности торгового предприятия определяют ...**

- а) превышение результатов над затратами;
- б) превышение затрат над результатами;
- в) затраты равны результатам.

**2. К функциям розничной торговли относятся**

- а) удовлетворение потребностей населения в товарах;
- б) доведение товаров до потребителей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;

в) накопление товарных запасов и обеспечение надлежащих условий их хранения.

**3. Магазины с торговой площадью 1001-3500 кв. м**

- а) средние;
- б) крупные;
- в) элитные;

**4. Последовательность операций, обеспечивающая процесс купли-продажи товаров и товародвижения**

- а) торговый процесс;
- б) распределительный процесс;
- в) коммерческий процесс;

**5. Для оптовой торговли свойственно**

- а) закупка крупных партий товаров у производителей;
- б) приспособление товарного ассортимента к потребностям промежуточных покупателей;
- в) концентрация значительных материальных ресурсов;

**6. Оптовый оборот по реализации товаров включает**

- а) продажу товаров розничным торговым предприятиям;
- б) продажу товаров для переработки на производственных предприятиях;
- в) продажу товаров государственным бюджетным предприятиям;

**7. Оптовой ценой считается**

- а) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом);
- б) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно единичным товаром;
- в) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию потребителям, обычно единичным товаром;

**8. Назовите методы оптовой продажи товаров**

- а) личный отбор товаров представителем покупателя;
- б) письменные, телеграфные и телефонные заказы;
- в) через передвижные склады и разъездных товароведов;

**9. Основная задача планировки торгового предприятия предусматривает ...**

- а) заставить покупателя пройти по всему магазину, рассмотреть товар и сделать покупку;
- б) грамотно расставить весь ассортимент товаров для покупателя;
- в) нет правильного ответа;

**10. Технические требования, предъявляемые к торговым зданиям называют ...**

- а) оформление и отделка помещений в соответствии с их назначением;
- б) обеспечение соответствующего оптимального количества воздуха, освещения;
- в) эффективность торгового процесса, выбор условий, обеспечивающих наименьшие затраты на проектирование, строительство, эксплуатацию;

**11. Предложение, адресованное одному или нескольким конкретным лицам,**

**достаточно определенно выражающее намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресом, которым предложение будет принято**

- а) акцепт;
- б) запрос;
- в) оферта.

**12. Договор, по которому одна сторона обязуется передать товар в собственность другой стороне, которая обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму**

- а) поставки;
- б) аренды;
- в) купли-продажи;

**13. Для совершения какой сделки необходимо выражение согласованной воли 2-х и более сторон:**

- а) двухсторонней;
- б) двухсторонней и многосторонней
- в) многосторонней;

**14. К характеристикам услуг принято относить ..**

- а) неосвязаемость;
- б) расширение ассортимента;
- в) неотделимость от источника;

**15. Услуги торговли включают:**

- а) реализацию товаров;
- б) информационно-консультационные услуги;
- в) все варианты верны.

**16. В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН) к услугам розничной торговли относятся:**

- а) упаковка купленных в магазине товаров;
- б) организация кафетерий;
- в) торговые автоматы;

**17. Эргономика услуг розничной торговли предусматривает**

- а) гармоничность, стилевое единство, целостность композиции;
- б) комфортность и удобство покупателей при оказании услуги;
- в) архитектурно-планировочных решений помещений торгового предприятия;

**18. Предметами управления торгово-технологическим процессом в магазине являются**

- а) товарные запасы;
- б) оборудование торговых залов;
- в) торговые площади.

**19. Необходимые размеры товарных запасов для магазинов устанавливаются с учетом**

- а) объема дневной реализации;

- б) площади вспомогательных помещений;
- в) наличия собственных транспортных средств

**20. Процесс последовательности операций, обеспечивающих процесс купли-продажи и товародвижения называют**

- а) торгово-технологический;
- б) ассортиментный;
- в) торгово-складской;

## **ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ И КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

### **Практические занятия по теме № 1: Содержание и особенности анализа торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

- проанализировать специфику деятельности оптовых и розничных торговых организаций в современной экономике;
- исследовать содержание и особенности бизнес-процессов торговых организаций в современных условиях.

Контрольные вопросы:

1. Экспериментальные трактовки основных понятий экономического анализа
2. Влияние уровня экономической активности в стране на особенности анализа торгово-закупочной деятельности
3. Отраслевые особенности анализа торгово-закупочной деятельности

### **Практические занятия по теме № 2: Анализ товарооборота в торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

- исследовать методы анализа ритмичности и равномерности продаж с использованием показателей математической статистики;
- выделить особенности анализа ABC-привлекательности покупателей и отдельных товарных групп (товаров).

Контрольные вопросы:

1. Отраслевые особенности источников и методов сбора информации для анализа товарооборота
2. Экспериментальные подходы к определению источников и методов сбора информации для анализа товарооборота в торгово-закупочной деятельности
3. Роль инновационных технологий в процессе сбора информации для анализа товарооборота в торгово-закупочной деятельности

### **Практические занятия по теме № 3: Анализ ресурсного обеспечения торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

- подготовить аналитический обзор относительно влияния формы торгового обслуживания на показатели производительности труда торговых организаций;
- проанализировать методические подходы к укреплению материально-технической базы торговли и повышению качества торгового обслуживания.

Контрольные вопросы:

1. Отраслевые особенности анализа ресурсного обеспечения
2. Новаторские методы анализа ресурсного обеспечения торгово-закупочной деятельности
3. Влияние интенсивности торгово-закупочной деятельности на выбор методов анализа ресурсного обеспечения

### **Практические занятия по теме № 4: Анализ товарного обеспечения торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

- определить особенности планирования закупок розничных торговых организаций и формирования заказов потребителей оптовых торговых организаций;
- исследовать показатели, характеризующие рациональность товародвижения;
- проанализировать подходы к планированию оптимальных товарных запасов.

Контрольные вопросы:

1. Роль товарного обеспечения торгово-закупочной деятельности
2. Взаимосвязь анализа товарного обеспечения и высокой конкурентоспособности организации
3. Возможности применения прогрессивного опыта в сфере анализа товарного обеспечения торгово-закупочной деятельности

### **Практические занятия по теме № 5: Анализ издержек обращения в торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

- выделить особенности разработки стратегии развития торговых организаций и формирования издержек обращения;

– исследовать факторы, определяющие изменение суммы и уровня издержек обращения торговой организации;

– выявить особенности влияния использования трудовых ресурсов и материально-технической базы торговли на сумму и уровень издержек обращения.

Контрольные вопросы:

1. Взаимосвязь специфики деятельности торговой организации и методологии анализа ее издержек обращения
2. Возможности применения зарубежного опыта в сфере анализа издержек обращения торгово-закупочной деятельности
3. Факторы повышения качества анализа издержек обращения в торгово-закупочной деятельности

### **Практические занятия по теме № 6: Анализ прибыли и рентабельности в торгово-закупочной деятельности**

Задания к практическим занятиям:

– выявить особенности финансового цикла торговой организации и показатели рентабельности, характеризующие качество ее операционной деятельности;

– исследовать интегральные показатели финансовых результатов деятельности торговой организации.

Контрольные вопросы:

1. Влияние современных информационных технологий на уровень анализа прибыли и рентабельности в торговой деятельности
2. Возможности управления торгово-закупочной деятельностью в зависимости от результатов анализа прибыли и рентабельности
3. Роль инноваций в процессе анализа прибыли и рентабельности в торгово-закупочной деятельности



## **Практические занятия по теме № 7: Эффективность как экономическая категория и**

Задания к практическим занятиям:

– проанализировать виды эффективности по масштабу, территориальному признаку, виду эффекта, виду деятельности, фазам воспроизводственного процесса, направлениям деятельности, виду оценки;

– исследовать показатели, характеризующие эффективность, и их классификацию по степени обобщения и полноты оценки эффективности, методу оценки ресурсов, экономическому содержанию, составу показателя, степени математической формализации, периоду расчета, методике расчета.

### **ее характеристики в торгово-закупочной деятельности**

Контрольные вопросы:

1. Перспективные стратегические направления изучения эффективности как экономической категории
2. Технологические основы выбора инструментария оценки экономической эффективности
3. Влияние внешней среды на особенности методологии оценки экономической эффективности