

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2019 11:51:59
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad7d0ed9ab87473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г.Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ДУП.01 ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Специальность 38.02.08 Торговое дело
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «19» июля 2023 г. № 548

Квалификация – Специалист торгового дела
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Рабочая программа учебной дисциплины ДУП.01 Введение в специальность разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело и на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (ФГОС СОО).

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчик: Пурыскина В.А., к.э.н., преподаватель колледжа.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ДУП.01 «Введение в специальность» является обязательной частью общеобразовательного цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Дисциплина ДУП.01 «Введение в специальность» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности СПО 38.02.08. Торговое дело. Особое значение имеет дисциплина при формировании ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

ОК	Умения	Знания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	– распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; – определять этапы решения задачи; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – составлять план действия; определять необходимые ресурсы; – владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализовывать составленный план; – оценивать результат и последствия своих действий	– актуального профессионального и социального контекста, в котором приходится работать и жить; – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; – алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях; – методов работы в профессиональной и смежных сферах; – структуры плана для решения задач; – порядка оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

	(самостоятельно или с помощью наставника)	
ОК. 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	– определять задачи для поиска информации; – определять необходимые источники информации; – планировать процесс поиска; – структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; – оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; – использовать современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	– номенклатуры информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; – приемы структурирования информации; – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
ОК 03 . Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - определять источники финансирования.	- содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>	
	1 семестр 9 класс	Всего
Объем образовательной программы дисциплины, в т.ч.	32	32
Основное содержание, в т.ч.	24	24
теоретическое обучение	12	12
практические занятия	12	12
Самостоятельная работа	8	8
Промежуточная аттестация	зачет с оценкой	зачет с оценкой

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
1 семестр			
Тема 1. Теоретические аспекты коммерческой деятельности	Содержание учебного материала		ОК 01, ОК 02, ОК 03
	Предмет и содержание дисциплины. Понятие и сущность коммерческой деятельности. Торговля и содержание выполняемых процессов в сфере товарообращения. Развития коммерческой деятельности на современном этапе. Коммерческое предпринимательство в России.	4	
	Практическое занятие 1. Разбор кейса «Взгляды староверов на собственность и капитал в дореволюционной России» и рассмотрение задания «Характеристика работника в сфере коммерции». Практическое занятие 2. Квалификационные характеристики должностей в сфере торговли.	4	
	Самостоятельная работа. Подготовка к практическому занятию, написание реферата, подготовка к тестированию по теме.	2	
Тема 2. Риск в коммерческой деятельности	Риск: сущность, функции и факторы, влияющие на его уровень. Классификация коммерческих рисков. Управление рисками в коммерческой деятельности.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03
	Практическое занятие 3. Деловые игры: «Создание собственного бизнеса» и «Продвижение инновационного товара». Практическое занятие 4. Индивидуальное задание «Влияние риска на деятельность организации».	4	
	Самостоятельная работа. Подготовка к практическому занятию, написание реферата, подготовка к тестированию по теме.	2	

Тема 3. Деловая и профессиональная этика в коммерческой деятельности	Содержание учебного материала		ОК 01, ОК 02, ОК 03
	Основные понятия профессиональной этики в коммерческой деятельности. Этикет коммерсанта и деловой протокол в предпринимательской деятельности. Коммерческие переговоры: виды, подготовка, проведение и анализ. Деловые письма и телефонные переговоры в коммерческой работе.	4	
	Практическое занятие 5. Разбор заданий, письменное тестирование по теме. Практическое занятие 6. Деловая игра «Формирование делового имиджа».	4	
	Самостоятельная работа. Подготовка к практическому занятию, написание реферата, подготовка к тестированию по теме.	2	
Промежуточная аттестация		2	
Всего		32	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Теоретические занятия Аудитория № 1205, 1207, 1210 Посадочных мест 300, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; маркерная доска, технические средства обучения, служащие для представления информации большой аудитории: экран настенный, проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, 1
2	Практические занятия Аудитория № 1520 Посадочных мест 28, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления информации большой аудитории: экран настенный, проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, 1
3	Промежуточная аттестация Аудитория № 1520 Посадочных мест 28, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; меловая доска. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, 1
4	Самостоятельная работа Аудитория № 1154 читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. Посадочных мест 70 Стеллажи для книг, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 6 рабочих мест для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.	119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, 1

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

4. Иванов Г.Г., Зверева А.О. Развитие торговых организаций в современной экономике: Монография / Г.Г. Иванов, А.О. Зверева — 4-е изд. — М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 160 с. — ISBN 978-5-394-04731-2. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431829>

3.2.2. Дополнительные источники

1. ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст);

2. Сайт: торговля, бизнес, товароведение, экспертиза <http://www.znaytovar.ru/>

3. Библиотека ГОСТов [Электронный портал]: Режим доступа: www.vsegost.com

4. www.consultant.ru — Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Консультант плюс;

5. www.garant.ru — Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Гарант.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
Знает: - содержание и основные элементы коммерческой деятельности; - характеристику субъектов коммерческой деятельности и их организационно-правовые формы; - цели и задачи коммерческих служб организаций; - поиска, анализа и оценки информации для организации и планирования деятельности подразделений, эффективного решения профессиональных задач и формирования организационных структур управления; - выбора и применения в профессиональной деятельности эффективных методов и способов коммуникации; - требования квалификационных характеристик работников коммерческих служб; – - методы управления коммерческими процессами; – Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; – Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; – основы организации послепродажного обслуживания.	– раскрывает возможности профессионального развития и саморазвития; – в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами, опираясь на знания психологических основ; – распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач; – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - кратко обосновывает и объясняет свои действия; – составляет простые связные сообщения на знакомые или интересующие темы.	Устный/письменный опрос. Экспертная оценка результатов выполнения практических заданий. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодей-

		ствие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях.
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</i>		
Умеет: – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; – определять этапы решения задачи; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – определять необходимые источники информации; – структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; – использовать современное программное обеспечение; – организовывать работу коллектива и команды; – взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности – участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности.	- распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; - выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; - составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; - демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) определяет задачи для	Экспертная оценка результатов выполнения практических заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках. Экспертная оценка

	поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; - структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; - оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач; - применяет современную научную профессиональную терминологию; - демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; - в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ; - понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и	коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях.
--	---	--

	тексты на базовые профессиональные темы; - участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; кратко обосновывает и объясняет свои действия; — создает простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	
--	---	--

Разработчик рабочей программы

В.А. Пурыскина

Рабочая программа согласована:
Директор колледжа

М.А. Мечетина

Начальник
управления образовательных программ и проектов

Е.Б. Никитаева

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г.Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ДУП.01 ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Специальность: 38.02.08 Торговое дело
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «19» июля 2023 г. № 548

Квалификация – Специалист торгового дела
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Фонд оценочных средств дисциплины ДУП.01 Введение в специальность разработан соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело и на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (ФГОС СОО).

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчик: Пурыскина Валентина Анатольевна, преподаватель колледжа.

Фонд оценочных средств предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений при освоении программы дисциплины ДУП.01 «Введение в специальность» основной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Оценивание знаний, умений и контроль сформированных компетенций осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования РГУ им. А.Н. Косыгина.

В результате освоения дисциплины ДУП.01 «Введение в специальность» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело следующими умениями (У) и знаниями (З), которые формируют общие (ОК).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

У 1

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализирует задачу и/или проблему и выделяет её составные части; определяет этапы решения задачи
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

- составляет план действия; определяет необходимые ресурсы;

- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

У 2

- определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

У 3

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

З 1

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

3 2

- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе, с использованием цифровых средств.

3 3

- содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; Зкредитные банковские продукты.

Компетенции, формируемые у обучающегося в результате освоения дисциплины:

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций

Элемент дисциплины	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Формы контроля	Проверяемые У, З, ОК	Формы контроля	Проверяемые У, З, ОК
1 семестр Тема 1. Теоретические аспекты коммерческой деятельности Тема 2. Риск в коммерческой деятельности Тема 3. Деловая и профессиональная этика в коммерческой деятельности		У 1, У 2, У 3, З 1, З 2, З 3, ОК 01, ОК 02, ОК 03	Зачет с оценкой	У 1, У 2, У 3, З 1, З 2, З 3, ОК 01, ОК 02, ОК 03

Оценка освоения дисциплины

Оценка		
Отлично / зачтено	Хорошо	Удовлетворительно
Знает: Требования квалификационных характеристик работников коммерческих служб, используемые методы в коммерческой деятельности. Умеет: Осуществлять поиск, анализ и оценку информации для организации и планирования эффективной деятельности подразделений организации, обосновать рациональный выбор используемого метода в управлении коммерческими процессами.	Знает: Характеристику субъектов и объектов коммерческой деятельности, основы профессиональной и деловой этики, требования по защите коммерческой тайны. Умеет: Классифицировать объекты коммерческой деятельности, применять в практической деятельности этикет коммерсанта, разрабатывать мероприятия по защите коммерческой тайны.	Знает: Содержание и основные элементы коммерческой деятельности, цели и задачи коммерческих служб организаций. Умеет: Применять в профессиональной деятельности эффективные методы и способы коммуникации.

Оценка выполнения теста

Оценка		
Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
100-85%	84, 9 – 70%	69, 9 – 55%

**ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ
ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ В ФОРМАТЕ
ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ
РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Для текущего контроля

1.1. Перечень тем рефератов по курсу:

1. Роль и место торговли в экономике России.
2. Сравнительный анализ видов торговли.
3. Характеристика и особенности оптовой торговли.
4. Характеристика и особенности розничной торговли.
5. Биржевая торговля в РФ.
6. Закупочная деятельность в торговой организации.
7. Аптечная торговля.
8. Торговля продуктами питания.
9. Торговля непродовольственными товарами.
10. Международная торговля.
11. Коммивояжер: специфика индивидуальной торговой деятельности.
12. Интернет-торговля.
13. Организация и проведение внебиржевых аукционов.
14. Торговля бытовыми услугами.
15. Торговля финансовыми услугами (банки, фонды, страховые компании).
16. Методы привлечения розничных покупателей.
17. Торговые сети: особенности и преимущества.
18. Торговые наценки: виды и принципы формирования.
19. Гипермаркеты и их роль в развитии торговли.
20. Торговое оборудование.
21. Торговые представители и агенты.
22. Защита прав потребителей.
23. Предпродажная подготовка товара в торговле.
24. Дополнительные услуги торговых организаций.
25. Факторы успеха предприятия розничной торговли.
26. Знаменитые отечественные коммерсанты и их исторический вклад в экономику, политику, искусство
27. Задачи и направления развития и совершенствования коммерческой работы в современных условиях.
28. Особенности развития коммерческой деятельности в России на различных исторических этапах.
29. Основные элементы договора купли-продажи.
30. Дилерские и посреднические договора.
31. Особенность договоров транспортировки
32. Условия открытия договоров в коммерческих банках.
33. Особенности банкротства юридических лиц.
34. Банкротство физических лиц: причины и условия.
35. Роль коммерческой информации в современном мире. Механизм ее защиты в РФ и других странах.

36. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта.
37. Конфликтные ситуации в коммерческих переговорах и пути их разрешения.
38. Франчайзинг в мировой практике и в России.
39. Лизинг как прогрессивная форма инвестирования.
40. Усиление роли договоров в рыночной экономике.
41. Роль и технология инвестирования в современном мире.
42. Значение реновации основных производственных фондов в торговле для повышения эффективности работы торгового предприятия и улучшения качества обслуживания населения.
43. Роль биржевой торговли и ее место в современном мире.
44. Организация деятельности, виды и роль оптовых ярмарок.
45. Особенности организации и проведения аукционной продажи товаров.
46. Содержание коммерческой деятельности в розничной торговле.
47. Современные методы стимулирования продаж в розничной сети.
48. Прогрессивные формы внемагазинного обслуживания населения. Рост их доли в мировом товарообороте.
49. Роль рекламно-информационной деятельности в современной торговле и пути развития рекламного бизнеса.
50. Значение публичных связей для создания положительного имиджа предприятия и продукции.
51. Использование психологических принципов в рекламной деятельности.
52. Реклама как двигатель торговли.
53. Роль, задачи и перспективы развития малого предпринимательства в современной России.
54. Вклад малого предпринимательства в экономику региона.

1.2. Задания:

Задание 1. Кейс «Взгляды староверов на собственность и капитал в дореволюционной России»

Предисловие

Если для западной буржуазии основной идеологической подоплекой экономической деятельности выступал протестантизм, то в России национальной особенностью развития предпринимательства стало старообрядчество с его строгими религиозными и морально-этическими нормами поведения. Среди них можно отметить воздержание, аскетизм, трезвость, взаимовыручку и ограничение дивиденда до 6%, не позволявшее ввергать предприятие в кризис. Строгий образ жизни, трезвость, трудолюбие старообрядцы сочетали с открытостью по отношению к новым технологиям и экономической предприимчивостью.

Правительство относилось к старообрядцам с большой осторожностью, как к сектантам, предпочитало не давать им титулов и званий. Старообрядцы также предпочитали не зависеть от государства, поэтому их капитал формировался первоначально в сфере торговли, а потом шел на развитие фабричного производства (Гучковы, Морозовы, Прохоровы) и создание банкирских домов (Рябушинские).

Принципиальные споры среди староверов в первую очередь затрагивали вопрос о степени компромисса с внешним миром. Частичное или полное религиозное неприятие мира как чуждого идеалам спасения затрагивало такие сферы, как политика («моление за царя»), светская власть как царство Антихриста), брак и девство, наука (внешняя премудрость),

искусство (отказ от театра, светской музыки). Немаловажным вопросом всегда являлось и противостояние религии спасения и рационального хозяйства, или экономики. Этот разрыв связи между религией и экономической сферой усилился с разрастанием и усложнением системы, которую принято называть капитализмом.

Поворотным событием в истории общины староверов-странников начала XX в. становится учреждение паровой мельницы и торговой лавки в г. Данилове Ярославской губернии при непосредственном участии самого главного во внутреннем иерархическом устройстве, «старейшего преиуществого» Александра Васильевича Рябина (1852—1937).

Отношение к собственности у странников

Согласие странников, или бегунов, исходило из того, что единственным способом спасения в последние времена стал побег из мира, выход за его пределы. С особенной бдительностью странники стремились оградить себя от любого взаимодействия с властью. Принятие собственности, закрепленной и легализованной властью, воспринималось «истинно православными христианами» как отступление от веры.

В первой половине XIX столетия в мировоззрении староверов-странников стали появляться различные направления. Наиболее влиятельным стало «сопелковское», названное так в честь с. Сопелки Ярославской губернии. Альтернативу им составляли «безденежники», которые выступали за полный отказ от антихристовых денег.

Рассмотрение отношения к собственности у странников в период до начала XX в. показало, что изначальная их позиция отличалась высокой степенью религиозного неприятия собственности. Тем не менее необходимость поиска компромисса по проблемам хозяйственной этики приводила к разногласиям в вопросах отношения к деньгам, собственности и торговле. Превращение общины странников в богатое и влиятельное сообщество, успех проповеди были бы невозможны без определенных послаблений.

Спор о паровой мельнице

Наиболее значительная дискуссия по вопросам собственности развернулась в начале XX в. Поводом стала активная экономическая деятельность (строительство паровой мельницы и устройство торговой лавки), которую развернул четвертый по счету «старейший преиустий» — Александр Васильевич Рябинин (1852—1937).

Самые жаркие споры разгорелись вокруг паровой мельницы. Подробные сведения о всех шагах и затратах приводит историк странничества М. И. Залесский. Сначала за 1350 руб. была куплена земля на имя И. С. Виноградова. Общая ценность мельничного предприятия составляла не менее 25 тыс. руб. Кроме того, почти в 10 тыс. руб. обошлось оборудование всего мельничного корпуса, 5800 руб. — двигатель, 5750 руб. — вальцовка и все принадлежности.

Личный интерес и личное участие А. В. Рябина, его явная заинтересованность в хозяйственных вопросах беспокоили странников. Рассмотрение аргументов А. В. Рябина показало, что он твердо стоял на своем, защищал экономическую деятельность общины странников. Привлекая богословские и исторические подтверждения, защитник паровой мельницы и его сторонники доказывали, что это дело богоугодное, так как помогает вести проповедь, привлекать странников, «прикрывать общину», что заведение мельницы и осуществление торговли продолжает монастырские традиции.

Заключение и интерпретация

Сам факт заведения паровой мельницы и торговли у радикального крыла староверов-странников симптоматичен и заслуживает интерпретации. В результате подробного рассмотрения эволюции нормативного отношения к собственности в странничестве

и конкретных обстоятельств дискуссии о паровой мельнице удалось прийти к следующим основным выводам. Во-первых, степень компромисса с внешним экономическим миром по крайней мере с 1840-х гг. ставится в центр внимания противоборствующих общин староверов-странников: «сопелковцев» и «безденежных». Во-вторых, в развернувшейся дискуссии представляют интерес аргументы защитников и противников торговли и паровой мельницы. Противники указывали на «обмирщение», проявления сребролюбия, личное участие самого наставника, уменьшение пожертвований и милостыни, ослабление общины в борьбе с другими согласиями (церковными общинами староверов). Все эти аргументы органично согласовывались с учением странников об отречении от мира, в котором господствует Антихрист. Гораздо труднее с богословской, книжной точки зрения приходилось защитникам этих предприятий. Центральным становился аргумент об иерархическом послушании. Они использовали также такие аргументы, как оправдание благими целями, обращение к опыту монастырей и авторитету святых (например, к апостолу Павлу). В-третьих, спор о паровой мельнице следует рассматривать в контексте парадокса, который состоит в том, что отказ от мира на одном этапе открывает неожиданные возможности по освоению и господству над миром на втором этапе, что, в свою очередь, подрывает изначальную последовательность и радикальность учения.

Вопросы

1. Что общего в отношении к собственности у протестантов и староверов?
2. Какова роль протестантизма в становлении капиталистических отношений в Европе?
3. Какова роль староверов в становлении капитализма в России?
4. Почему при переходе к новым общественным отношениям на первое место выходят отношения собственности?

Задание

Объясните, почему два столь непохожих вероучения — протестантизм и неофициальное православие — сыграли положительную роль в становлении и развитии капиталистического предпринимательства.

Задание 2. Защита коммерческой тайны организации

При выполнении задания необходимо классифицировать составляющие предпринимательской тайны для анализируемой организации и разработать комплекс мер по защите коммерческой тайны.

Основным элементом коммерческой тайны является конфиденциальная информация, которая позволяет ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду. Выделяют следующие требования, предъявляемые к коммерческой тайне:

- открытое использование информации, связанное с ущербом для организации;
- информация не является общеизвестной или общедоступной на законных основаниях;
- организация сможет осуществить надлежащие меры по сохранению конфиденциальности по соображениям экономической или иной выгоды;
- не имеющая защиты авторских и патентных прав информация нуждается в защите и не относится к государственной тайне;
- сокрытие сведений не наносит ущерб обществу.

Информацию, составляющую предпринимательскую тайну, классифицируют по 3 направлениям:

1) Информация, относящаяся к коммерческой тайне (размер оборота средств, состояние рынков сбыта, структура капитала, размер прибыли и объем продаж, формирование цены на товар, содержание патентов, планируемые инвестиции и банковские операции, торговые отношения; информация о поставщиках и потребителях, а также заключенных контрактах);

2) Информация, относящаяся к деловой тайне (финансы организации, рекламные компании, методы и организация управления, результаты оценки кадрового состава, заключенные контракты, система организации труда, планы и объемы продаж, стратегии развития организации по направлениям деятельности (включая и оперативные планы), оценка конкурентоспособности продукции и организации в целом, эффективность экспорта и импорта);

3) Информация, относящаяся к производственной тайне (используемые технологии и оснащение производственного процесса, организация труда, цели и характер исследовательских разработок).

Защита коммерческой информации осуществляется в 4 этапа:

1. Комплексный анализ сведений, составляющих коммерческую тайну.
2. Формирование перечня информации, составляющей коммерческую тайну.
3. Определение места дислокации коммерческой тайны.
4. Выделение места хранения и путей защиты коммерческой тайны.

Комплекс системы мер по защите коммерческой тайны включает:

А) Организационно правовые меры предполагают разработку соответствующих документов (дополнения к уставу или договору, перечень секретной информации и памятку для работников по ее хранению, подписка о неразглашении тайны), порядок выделения коммерческой тайны и разработку механизма ее защиты;

Б) Инженерно-технические меры заключаются в использовании аппаратных и программных средств защиты, а также в использовании математических мер (применение кодов различных уровней сложности и др.);

В) Организационно-технологические меры применяет различные способы защиты инноваций (патенты, лицензии и т.п.), специальные помещения с ограничением по доступу, использование нормативно-правовых актов.

При нарушении коммерческой тайны в качестве методов воздействия на виновных используют:

- штрафные санкции при уничтожении технических средств для нелегального получения информации;
- возмещение фактического ущерба и оплата судебных издержек при открытом опубликовании решения судебных органов о применении санкций;
- юридический запрет на использование незаконно полученных сведений при открытом опубликовании решения судебных органов о применении санкций;
- увольнение работников при раскрытии коммерческой тайны третьим лицам;
- применение различных форм уголовной ответственности при уничтожении документов и предметов, непосредственно содержащих коммерческую тайну.

Задание 3. Сопоставьте представленные ниже понятия и отобразите графически отношения между ними.

Культура – комплекс, включающий знания и обычаи, а также иные способности и навыки, усвоенные человеком как членом общества. Культура создается людьми, ей

обучаются, поскольку она не передается генетически. Культура в узком смысле трактуется как система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, образов и норм поведения, присущих определенной группе людей.

Мораль – нравственное учение, свод правил нравственности и этики.

Этика – система норм нравственного поведения человека, общественной и профессиональной группы.

Этикет – совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствия, поведение в общественных местах, манеры и одежда). Этикет является составной частью внешней культуры человека и общества, а его нормы, в отличие от норм морали, носят характер неписанного соглашения об общепринятых правилах поведения людей и являются условными.

Задание 4. Визитная карточка является неотъемлемым атрибутом делового общения при первом знакомстве официальных или деловых лиц друг другу. Помимо презентационной функции она используется для поддержания и развития деловых отношений. Выступая в роли письменного послания в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки проставляются установившиеся в международном протоколе обозначения, указывающие на повод, по которому посылается карточка, а именно:

р.г. - выражение благодарности;

р.с. - выражение соболезнования;

р.ф. - поздравление с праздником.

Используя данные выражения, составьте для своего партнера письменное обращение для написания его на визитной карточке в соответствии с каждым из возможных событий.

Задание 5. Соблюдение правил этикета способствует созданию престижного имиджа интеллигентного человека. Ознакомьтесь с приведенными высказываниями и выскажите свою точку зрения на их актуальность на сегодняшний день.

А. Теннисон: Манеры – не пустяк, они плод благородной души и честности ума.

Вольтер: Этикет – это разум для тех, кто его не имеет.

Ф. Честерфилд: Воспитанность – единственное, что может расположить к тебе людей с первого взгляда, ибо, чтобы распознать в тебе большие способности, нужно больше времени.

Р. Эмерсон: изящество в обращении лучше изящества форм; оно доставляет более наслаждения, чем картины и статуи; это самое изящное из всех изящных искусств.

Сервантес: Ничто не цениться так дорого и ничто не обходиться нам так дешево, как вежливость.

Ларошфуко: Вежливость – это желание всегда встречать вежливое обращение и слыть обходительным человеком.

Задание 6. Дайте развернутый ответ, как вы понимаете суть следующих высказываний:

- 1) Деловой имидж человека.
- 2) Мой стиль.

Задание 7. В последнее время большое количество иностранных слов вошло наш

разговорный обиход. Являются ли они столь необходимыми и устными при передаче информации? Исправьте предложения и прокомментируйте свой ответ.

- а) По получению резюме материал будет немедленно отослан в ваше распоряжение.
- б) Не будем экстраполировать вопрос инфляции.
- в) Эти новации направлены на укрепление ресурсной базы коммерческого банка.

Задание 8. Установите соответствие терминов и определений, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Соотношение понятий и определений

Термин	Определение
Этикет	Совокупность определенных правил и норм, регулирующих внешнее отношение организации, важные инструменты общения и адаптации личности к условиям деловой среды
Деловой этикет	Краткое лестное замечание в адрес человека, суть которого искренняя похвала.
Визитная карточка	Совокупность правил поведения, касающихся внешнего вида и формального отношения к людям
Комплемент	Нравственное учение или свод правил нравственности и этики
Мораль	Предназначена для представления деловых и официальных лиц друг другу при первом знакомстве и дальнейшего поддержания контактов

Задание 9. Проанализируйте ситуацию, выберите ответ из предложенных ниже и объясните ваш выбор решения проблемы.

Являясь руководителем делегации, вы ведете переговоры по поводу получения крупного контракта. Вдруг в середине переговоров один из членов вашей делегации выступает с инициативой, которая идет вразрез с вашими планами. Что предпринять?:

- а) попросить сделать перерыв и во время перерыва переговорить с подчиненным;
- б) жестко осадить подчиненного во время переговоров;
- в) в ходе переговоров сказать подчиненному в достаточно мягкой форме, что он ошибся;
- г) признать правоту подчиненного и изменить свои планы.

Задание 10. Проанализируйте ситуацию, выберите вариант ответа руководителя, чтобы соблюсти все правила этикета общения.

Руководитель говорит женщине «бальзаковского» возраста, что он уже второй раз справляется о нужном документе. Она отвечает: «Я хочу сделать как можно лучше. Если я не устраиваю Вас, скажите прямо!».

Варианты ответов руководителя:

- а) Не нервничайте, не вижу повода.
- б) Вам трудно работать со мной, может с возрастом у меня характер портится.
- в) Почему Вы делаете такие выводы?

г) Я знаю, что вы старательны. Наверное, я не сказал Вам, как срочно нужен этот документ.

Задание 11. Используя различные приемы аргументации для убеждения вашего партнера по решению вопроса делового сотрудничества, ответьте на следующее заявление вам на ваше предложение ему по цене: «Цена, установленная Вами очень высока. Мы проводили переговоры с другими фирмами, партнёр просит уменьшить сумму и, кроме того, предложить меньший срок».

1. Метод оттягивания. Воздерживайтесь слишком рано говорить о цене. Сначала объясните, в чем заключается польза продукта, и только потом называйте цену. Не торопитесь сразу соглашаться с требованиями клиента, это делает ваше предложение малоценным.

2. Метод бутерброда. Перечислите все преимущества для клиента, которые дает ему ваше предложение, а «сверху положите» цену. Или наоборот: цена, потом – все преимущества. В конце сказанной фразы будет сделан акцент на пользе для клиента, а не на голых цифрах, обозначающих цену. Вы перемещаете внимание партнера с темы денег на обсуждение вашего продукта и его преимуществ.

3. Метод сэндвича. «Поместите» цену между двумя «слоями», отражающими пользу для партнера. «Продавайте» свое коммерческое предложение, припася на «десерт» особенно привлекательный аргумент, подтверждающий необходимость принятия предложения и его выгоду для клиента.

4. Метод сравнения. Соотнесите цену с пользой продукта, со сроком его эксплуатации, с иными расходами клиента: «Хотя эта вывеска стоит на X рублей больше, чем другая, зато она служит в два раза дольше, значит, вы дополнительно еще три года будете испытывать удовольствие, используя ее в работе».

5. Метод обращения эмоционального характера. Чаще взывайте к эмоциям партнеров. Дайте понять, что они достойны того, чтобы позволить себе нечто особенное.

6. Метод деления. «Расшифруйте» цену. Разложите ее на более мелкие составляющие.

7. Метод подведения итогов. В правой колонке таблицы запишите все недостатки, которые перечислил клиент. Затем вместе с ним еще раз проанализируйте все достоинства и преимущества вашего предложения и перечислите их в левой колонке таблицы. После этого спросите его, неужели он хочет из-за единичных недостатков отказаться от такого количества преимуществ.

8. Метод приведения аргументов, указывающих на недостатки. Укажите цену, которая устраивала клиента. Затем объясните ему, наличие каких-либо недостатков или отсутствие каких-либо преимуществ связано с более низкой ценой. При этом называя исключаемое преимущество, прокомментируйте, что означает отсутствие данного преимущества.

9. Согласительный метод. Воздерживайтесь от скидок, предлагайте иные бесплатные услуги.

10. Метод уступки за уступку. Идите на уступки только в том случае, если объем заказа большой и если за этим заказом поступят другие, не меньшие.

11. Метод продажи отличий. Не продавайте цены! Продавайте те качества, продукты, достижения, сильные стороны, которые отличают вашу фирму от других, например:

- интенсивность установочных и монтажных работ;
- богатый опыт;
- отзывы и рекомендации довольных сотрудничавших с вами партнеров;

- высококачественные консультации и классные специалисты;
- систематическое обслуживание;
- близость к клиенту с точки зрения местонахождения.

Задание 12. Деловая игра «Продвижение инновационного товара».

Формируются четыре группы по 3-4 человека из присутствующих в аудитории:

1. Новаторы – предлагают инновационный товар и обосновывают его востребованность.
2. Оптимисты – аргументируют и обоснованно защищают предложенный новаторами товар.
3. Пессимисты - аргументируют и обосновывают невостребованность инновационного товара, отмечая возможные негативные последствия от его реализации и обозначая порождаемые им проблемы.
4. Реалисты - аргументируют и доказывают возможность реализации предложенного инновационного товара на основе заданных критериев:
 - новизны инновационного товара,
 - конструктивности и снятия проблем,
 - ресурсной и организационной обоснованности,
 - практической реализуемости в ближайшее время.

Остальные члены группы должны обсудить между собой выступление каждой из подгрупп и принять точку зрения той подгруппы, которая более убедительно и аргументированно делала свои высказывания.

Задание 13. Деловая игра «Формирование делового имиджа».

Присутствующие в аудитории разбиваются несколько подгруппы по 3-4 человека. Задачей каждой подгруппы является выбрать известную личность и описать ее образ в соответствии с предложенной последовательностью:

1. Как выглядит. Как одевается (стиль одежды).
2. Возраст.
3. Семейное положение. Есть ли проблемы в семье.
4. Состояние здоровья.
5. Где учился. Место работы (вид деятельности).
6. Что представляет собой организация, где он сейчас работает.
7. Отношение его коллег и партнеров по бизнесу.
8. Каковы его политические взгляды и увлечения.
9. Что он больше всего любит делать. Что умеет хорошо делать.
10. Что для него является важным в жизни, чего опасается и на что надеется.

После того как каждой подгруппой сформирован образ известной личностью, начинается представление образов без обозначения личности. Задача остальных членов аудитории заключается в том, чтобы как можно быстрее назвать имя известной личности. Подгруппе более четко описавшей образ известной личности присуждается первое место.

1.3. Перечень тестов:

1. Определение коммерческой (торговой) деятельности содержится:

- а) в Уголовном кодексе РФ;
- б) в Гражданском кодексе РФ;**
- в) в Трудовом кодексе РФ;
- г) в Налоговом кодексе РФ.

2. Цель коммерческой деятельности – это:

- а) извлечение прибыли посредством систематического отчуждения товаров;**
- б) просто систематическое отчуждение товаров;
- в) безвозмездная передача товаров третьим лицам.
- г) получение прибыли.

3. Действие закона распространяется на отношения возникающие:

- а) после введения его в действие;**
- б) после введения его в действие при согласии участников правоотношения, регулируемого данным законом;
- в) до введения в действие закона по требованию одной из сторон;
- г) после введение закона в действие по требованию одной из сторон.

4. Торговый обычай – это:

- а) правило применяемое по соглашению сторон;
- б) правило применяемое при наличии разногласий между сторонами;
- в) правило, сложившееся в сфере торговли на основе постоянного и единообразного повторения конкретных фактических отношений;**
- г) правило применяемое одной из сторон.

5. Субъект коммерческой деятельности – это:

- а) несовершеннолетние;
- б) специалист, работающий в области юриспруденции;
- в) юридические лица или индивидуальные предприниматели, занимающиеся торгово-предпринимательской деятельностью и зарегистрированные в установленном законом порядке;**
- г) экономист.

6. К коммерческим организациям относится:

- а) общественная организация;
- б) благотворительный фонд;
- в) общество с ограниченной ответственностью;**
- г) общественный фонд.

7. Гражданин признается предпринимателем с момента:

- а) подачи заявления о регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя;
- б) государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;**
- в) достижения полной дееспособности;
- г) осуществления предпринимательской деятельности.

8. Основной целью деятельности некоммерческой организации является:

- а) получение прибыли;
- б) получение прибыли не является основной целью;
- в) получение гарантий;
- г) получение товара.

9. Право владения означает:

- а) возможность иметь у себя данное имущество;
- б) содержать его в своем хозяйстве;
- в) фактически обладать им;
- г) владение, пользование и распоряжение имуществом.

10. Факт не сохранности грузов удостоверяется:

- а) соглашением;
- б) договором;
- в) коммерческим актом;
- г) сделкой.

11. Ответственность транспортных организаций носит:

- а) ограничительный характер;
- б) общий характер;
- в) договорной характер;
- г) дозволяющий характер.

12. Под «коммерцией» понимают:

- а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

13. Что является объектом коммерческой деятельности?

- а) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- б) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- в) реклама; представительские услуги;
- г) аудит; консалтинг;
- д) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

14. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития

- предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
 - в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
 - г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

15. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- а) маркетинга;
- б) сбыта;
- в) услуг;
- г) кадров

16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- а) цена и качество;
- б) скидки и доступность информации;
- в) принадлежность к одной отрасли

17. Торговый ассортимент представляет собой:

- а) совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- в) совокупность товаров, находящихся на рынке;
- г) совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

18. Что такое «широта» ассортимента?

- а) количество товарных единиц в товарной группе;
- б) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- в) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

19. Мораль – это...:

- а) Совокупность правил и норм профессиональной деятельности
- б) Совокупность конкретных правил и норм поведения людей
- в) Совокупность универсальных общечеловеческих правил и норм поведения

20. Этика – это:

- а) Свод правил нравственности
- б) Система норм нравственного поведения человека
- в) Совокупность правил поведения, регулирующих внешнее проявление поведения

человеческих взаимоотношений

21. Деловое общение – это...:

- а) Формальное общение, когда отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника;
- б) Когда оценивают другого человека как нужный или мешающий объект
- в) Когда учитывают особенности личности, характера, возраста, но интересы дела более значимы, чем личностные расхождения**

22. Чем отличается эффективное деловое общение от неэффективного?

- а) Эффективное несёт большую смысловую нагрузку
- б) Эффективное отличается чётко поставленной целью
- в) Эффективное достигает поставленную цель**

23. Коммуникативная сторона общения отражает стремление партнёров по общению к:

- а) Обмену информацией
- б) Расширению темы общения
- в) Усилению информационного воздействия на партнёра**

24. К вербальным средствам общения не относится:

- а) Интонация голоса**
- б) Устная речь
- в) Письменная речь
- г) Устная и письменная речь

25. Равноправие участников, свободный обмен мнениями и взглядами подразумевает беседа:

- а) За “Т” – образным столом
- б) За круглым столом**
- в) За журнальным столиком
- г) Этот психологический аспект не учитывается

26. Знание языка мимики и жестов позволяет:

- а) Правильно понять собеседника**
- б) Воздействовать на партнера
- в) Достичь положительного завершения переговоров

27. Определить, что собеседник говорит неправду, позволяет:

- а) Мимика
- б) Жесты
- в) Тембр голоса
- г) Мимика и жесты**

28. Основная форма делового общения – это:

- а) Деловые переговоры
- б) Телефонные переговоры
- в) Деловая беседа**
- г) Деловые совещания

29. Целостный комплекс знаков, направленных на создание определенного образа:

- а) Деловой имидж
- б) Модель поведения
- в) Стил ь поведения

30. Обмен информацией между людьми – это:

- а) Коммуникативная сторона общения
- б) Интерактивная сторона общения
- в) Перцептивная сторона общения

31. Наилучшим образом показать свои профессионально важные деловые и личные качества – это основная задача:

- а) Самопрезентация
- б) Социализация
- в) Социального контроля

32. В деловой этике осознание ценности личности своего партнера или подчиненного, умение придерживаться в общении с ним этических норм предполагает наличие:

- а) Терпимости
- б) Свободы
- в) Тактичности и деликатности
- г) Справедливости

33. Деловая этика представляет собой:

- а) Модели поведения в обществе
- б) Совокупность принципов поведения людей
- в) Правила поведения в организации

34. Какое основное требование предъявляет к решениям руководителя управленческая этика:

- а) Обратная связь
- б) Нравственная обоснованность
- в) Атмосфера взаимопонимания

35. Разговор по телефону в соответствии с европейским стандартом должен быть равен минутам

- а) 3
- б) 5
- в) 10

36. - основная характеристика эффективности коммуникативной стороны общения

- а) Обратная связь
- б) Нравственная обоснованность
- в) Атмосфера взаимопонимания

37. Коммерческая деятельность представляет собой ...

- а) сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг;
- б) охраняемое законом право предпринимателя на засекречивание сведений, не являющихся государственными секретами о деятельности предприятия, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение которых могло бы нанести ущерб его интересам;
- в) обширную сферу оперативно-организационной деятельности организаций и предприятий, направленной на совершение процессов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и получения прибыли.

38. Что НЕ относится к задачам коммерческой деятельности?

- а) установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка;
- б) осуществление купли и продажи товаров с учетом рыночной среды;
- в) рекламно-информационная деятельность;
- г) ответственность за разглашение конфиденциальных сведений;
- д) управление запасами товаров.

39. Основные виды профессиональной деятельности коммерсанта-управленца:

- а) Организационно - коммерческие;
- б) Прогнозные;
- в) Маркетинговые;
- г) Поясняющие;
- д) Аналитические

40. Лица, непосредственно осуществляющие покупку, - это

- а) Дилеры;
- б) Потребители;
- в) Покупатели;
- г) Клиенты.

41. Продукт труда, имеющий материально-вещественную форму и произведённый для продажи, - это

- а) услуга;
- б) товар;
- в) работа;
- г) ресурс.

42. Коммерческие процессы – это

- а) это изменения в обществе, отображающиеся на его благосостоянии, политической и экономической стабильности, условиях безопасности и пр.;
- б) процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости и являющиеся продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка и т. д.);
- в) процессы, связанные со сменой стоимости, т. е. куплей и продажей товаров.

43. Коммерческая тайна – это:

- а) преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и

сведения о различных сторонах и сферах деятельности фирмы, охрана которых обусловлена интересами конкуренции и возможными угрозами экономической безопасности фирмы;

б) семантически значимая информация, исключаемая из процесса общения. Ограничения, налагаемые на доступность определенной информации, составляют один из существенных признаков власти;

в) нечто скрываемое от других, известное не всем, секрет.

44. Коммерческая информация – это:

а) сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг;

б) семантически значимая информация, исключаемая из процесса общения;

в) ограничения, налагаемые на доступность определенной информации, составляют один из существенных признаков власти;

г) сведения, независимо от формы их представления.

45. Хеджирование – это:

а) способ снижения риска;

б) способ снижения цены;

в) способ повышения риска;

г) способ продвижения товара.

46. Что такое конфиденциальная информация – это

а) нечто скрываемое от других, известное не всем, секрет;

б) сведения в виде документов, схем, изделий, относящиеся к коммерческой тайне фирмы и подлежащие защите от возможных посягательств;

в) документированная информация, т.е. зафиксированная на материальном носителе и с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством РФ.

47. Основные способы защиты информации:

а) законодательная защита, техническая защита, разделение информации;

б) законодательная защита, физическая защита, организационная защита, техническая защита, работа с кадрами;

в) введение должности, соблюдение установленных правил, создание службы, разделение информации, работа с кадрами.

48. Угрозы экономической безопасности фирмы со стороны, реализуемые через ее персонал, могут принимать такие формы, как:

а) переманивание сотрудников, владеющих конфиденциальной информацией;

б) ложные предложения работы сотрудникам конкурентов в целях выведывания информации;

в) угрозы сотрудникам, в целях выведывания информации;

г) тайное наблюдение за сотрудниками конкурентов;

д) все варианты правильные.

49. Какие документы не могут составлять коммерческую тайну?

а) учредительные документы;

б) сведения по установленным формам отчетности о финансово- хозяйственной деятельности;

- в) сведения о численности рабочих;
- г) сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, акционерных обществах и т.д.;
- д) внутренние материалы и документы фирмы;
- е) все варианты правильные.

50. Источники коммерческой информации

- а) маркетинговые исследования
- б) внутренние материалы и документы предприятия
- в) бизнес- план
- г) сведения о кадровом составе сотрудников
- д) внешние информационные источники

51. Коммерческие сделки это:

- а) это соглашения между двумя сторонами на предоставление услуг или поставку товаров в соответствии с прописанными заранее условиями;
- б) это совокупность процессов, включающих в себя операции по совершению купли и продажи товаров и услуг, а также удовлетворение требований покупателей;
- в) действия физических и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

52. Риск – это

- а) материально-вещественные ценности, действующие в неизменной натуральной форме в течение нескольких производственных циклов и утрачивающие свою стоимость по частям;
- б) это один из неизбежных, но достаточно важных элементов любой деятельности, которая осуществляется под влиянием многих факторов, ориентирована на достижение определенных результатов и требует для достижения этих результатов принятия решения;
- в) вероятность провала программы продаж

53. Коммерческий риск – это ...

- а) неблагоприятное событие, влекущее за собой убыток;
- б) риск, связанный с хозяйственной деятельностью предприятия и с ее конечным финансовым результатов;
- в) сравнение вероятностей и характеристик риска, полученных в результате оценки и анализа риска.

54. Внешние факторы, не влияющие на коммерческие результаты деятельности:

- а) настроение работников;
- б) изменение законодательства;
- в) поведение конкурентов.

55. К внутренним факторам относятся:

- а) стратегия организации (ошибочный выбор собственных целей торгового предприятия, ошибочный прогноз развития внешней среды, неверная оценка потенциала торгового предприятия);
- б) управление торговым предприятием и принятие управленческих решений (низкое качество

управления трудовыми, материальными, финансовыми ресурсами в связи с несогласованностью действий сотрудников, недостатком опыта, финансовыми просчетами, плохой организацией труда и т.д.);

в) оба ответа верны.

56. Неуправляемые факторы - это

а) факторы, которые не могут быть изменены, а могут быть только учтены;

б) факторы, характеризующие качество работы коллектива, уровень организации производства и труда, качество управленческой работы, степень использования ресурсов, эффективность хозяйственного процесса;

в) факторы и условия, зависящие в основном от предыстории функционирования анализируемого объекта и в исследуемом периоде с трудом или частично поддающиеся воздействию со стороны рассматриваемого субъекта управления (на предприятии к ним относятся объем и структура основных средств, характеристики технического уровня производства, структура производственного персонала и др.).

57. Взаимоотношения торгового предприятия и страховой компании на договоре страхования – это

а) организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход;

б) документированная информация, т.е. зафиксированная на материальном носителе и с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством РФ;

в) соглашения между страхователем и страховщиком, регламентирующие их взаимные права и обязанности по условиям страхования отдельных коммерческих рисков.

58. Наиболее опасные по своим последствиям коммерческие риски подлежат нейтрализации путем

а) страхования;

б) ликвидации;

в) продажи предприятия.

59. Внешнее страхование -

а) заключается в передаче риска (ответственности за результаты негативных последствий) за определенное вознаграждение другой организации (страховой компании);

б) процесс распределения средств между различными объектами, непосредственно не связанными между собой;

в) комплекс мер, направленных на компенсацию, снижение, перенесение, уход или принятие риска.

60. Диверсификация – это ...

а) снижения объемов реализации в следствие падением спроса (потребности) на товар, который реализуется предпринимательской фирмой, вытеснения его конкурирующими товарами, введения ограничений на продажу;

б) представляет собой процесс распределения средств между различными объектами, непосредственно не связанными между собой. Это позволяет снизить риск, так как трудно предположить, что рискованная ситуация возникнет одновременно на всех объектах;

в) платежеспособность покупателя.

2. Для промежуточной аттестации:

2.1. Перечень вопросов к зачету:

1. Коммерческая деятельность как область практического применения
2. Методы исследования в коммерческой деятельности
3. Понятие и сущность коммерческой деятельности
4. Торговля: основные понятия и виды
5. Коммерческие процессы в коммерческой деятельности
6. Технологические процессы в коммерческой деятельности
7. Торговые услуги в сфере товарооборота
8. Развитие коммерческой деятельности на современном этапе
9. Эволюция коммерческой деятельности и предпринимательства
10. Становление (развитие) коммерческой деятельности в России
11. Основные понятия и функции риска в предпринимательской деятельности
12. Факторы, влияющие на уровень риска
13. Классификация коммерческих рисков
14. Направления процесса управления рисками в коммерческой деятельности
15. Стратегии управления коммерческими рисками
16. Виды потерь в предпринимательской деятельности
17. Основные понятия профессиональной этике в коммерческой деятельности
18. Становление (развитие) деловой этике в России
19. Деловой этикет предпринимателя: основные понятия и ведение переговоров
20. Правила представления при ведении деловых переговоров
21. Внешний вид предпринимателя
22. Требования к речи в коммерческой деятельности
23. Деловой протокол
24. Деловые письма: основные понятия и виды
25. Запрос как вид деловой переписка
26. Оферта как вид деловой переписка
27. Рекламация как вид деловой переписка
28. телефонные переговоры в коммерческой деятельности
29. Коммерческая тайна: основные понятия, деловая и техническая информация, нормативные акты
30. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику
31. Приемы нечестных переговоров и варианты реагирования на них
32. Коммерческая информация и ее источники
33. Сведения, относящиеся к коммерческой тайне
34. Сведения, не составляющие коммерческую тайну
35. Защита коммерческой тайны
36. Товарный знак
37. Коллективный знак
38. использование и уступка товарного знака
39. Правовая охрана товарного знака
40. Прекращение правовой охраны товарного знака