

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Первякова Светлана Владимировна
Должность: Директор колледжа СКФУ в г. Ставрополе
Дата подписания: 18.06.2026 15:55:06
Уникальный программный ключ:
63a18c373da05c089b08fcc89c468af301900f17

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Колледж СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ

Директор института экономики и управления,
д-р экон. наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

Фонд оценочных средств

по профессиональному модулю

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Форма обучения очная

Ставрополь

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Разработчик Смирнова А.В., преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Представитель работодателя

Логист ООО «Темп»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения



Н.А. Дрижд

Фамилия,
инициалы

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для проверки результатов освоения вида деятельности (ВД) Организация и осуществление торговой деятельности и составляющих его профессиональных и общих компетенций, образовательной программы СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело. ФОС разработан на основании ФГОС, образовательной программы СПО и рабочей программы профессионального модуля (далее - ПМ).

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения ПМ является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности Организация и осуществление торговой деятельности, сформированность профессиональных и общих компетенций.

Формой аттестации по ПМ является экзамен по модулю.

Форма проведения экзамена: выполнение заданий, которые проверяют сформированность общих и профессиональных компетенций.

2. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Таблица 1

Элемент профессионального модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке	Дифференцированный зачет	Проверка выполнения практических заданий, устный опрос (собеседование), тестирование
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж	Дифференцированный зачет	Проверка выполнения практических заданий, устный опрос (собеседование), тестирование
МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Дифференцированный зачет	Проверка выполнения практических заданий, устный опрос (собеседование), тестирование
УП 01	Дифференцированный зачет	Проверка выполнения заданий на практике
ПП 01	Дифференцированный зачет	Проверка выполнения заданий на практике
ПМ 01	Экзамен по модулю	

3. Результаты освоения профессионального модуля

3.1. Оценка профессиональных и общих компетенций

В результате контроля и оценки по ПМ осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных

	возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

4. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

4.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Вопросы для собеседования

Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности

1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках.
2. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке.
3. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле.
4. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару.

5. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка.
6. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия.
7. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка.
8. Методы изучения и прогнозирования спроса.

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности.
2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.
3. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности.
4. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий.
5. Документальное подтверждение исполнения договоров.
6. Организация претензионной работы.

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

1. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.
2. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.

Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

1. Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия.
2. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.

Раздел 2. Организация и осуществление продаж

Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле

1. Понятие и сущность процесса товародвижения
2. Принципы рационального построения процесса товародвижения
3. Формы и организационно-хозяйственные звенья в торговле
4. Оптовые продовольственные рынки.
5. Товарные биржи.
6. Торговые дома.
7. Оптовые ярмарки и выставки.
8. Аукционы.
9. Порядок установления хозяйственных связей и операции по оптовым поставкам товаров.
10. Методы поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги.
11. Поставка товаров для государственных нужд.

12. Взаимосвязь экономических категорий «товародвижение» и «товароснабжение».
13. Факторы звенности товародвижения.
14. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения.
15. Организация доставки товаров в магазины.
16. Роль, функции и классификация складов.
17. Виды складских сооружений и оборудование складов.
18. Устройство и основы проектирования складов.
19. Устройство специальных складов.
20. Работа складов общего пользования.
21. Расчет складских площадей и основные показатели работы складов.
22. Организация технологического процесса на складах.
23. Выбор транспортных средств для перевозки товаров.
24. Организация перевозок товаров железнодорожным транспортом.
25. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом.
26. Основные направления развития транспортно-экспедиционного обслуживания товарных рынков.

Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле

1. Организация розничной торговли. Понятие розничной торговли.
2. Классификация предприятий розничной торговли
3. Виды торговых зданий
4. Состав и взаимосвязь помещений магазина
5. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
6. Товароснабжение розничной торговли
7. Товарные запасы. Предназначение, классификация.
8. Технология хранения товаров.
9. Подготовка товаров к продаже. Специфические операции, свойственные отдельным группам товаров
10. Размещение товаров предприятий розничной торговли.
11. Выкладка товаров предприятий розничной торговли. Оформление полок.
12. Размещение розничной торговой сети в городах
13. Современные направления развития розничной торговой сети
14. Формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров
15. Правила работы розничных торговых предприятий
16. Услуга розничной торговли
17. Технология продажи товаров.
18. Качество торгового обслуживания.
19. Нормативные акты, регулирующие отдельные сферы потребительского законодательства.
20. Общие положения правил продажи отдельных видов товаров.
21. Особенности продажи продовольственных товаров
22. Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.
23. Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней.
24. Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.
25. Особенности продажи товаров бытовой химии.
26. Особенности продажи животных и растений.
27. Особенности продажи оружия и патронов к нему.
28. Особенности продажи товаров, бывших в употреблении.
29. Общие требования к отпуску лекарственных средств.

30. Требования к отпуску наркотических и психотропных средств.
31. Контроль за отпуском аптечными учреждениями (организациями) лекарственных средств. Особенности продажи товаров по образцам. Контроль за соблюдением настоящих правил.
32. Прием товаров на комиссию. Определение цены товара, принятого на комиссию и размера комиссионного вознаграждения
33. Продажа товаров, принятых на комиссию. Уценка товаров, принятых на комиссию.
34. Порядок расчетов комиссионера с комитентов за проданный товар. Контроль за соблюдением правил настоящего положения.
35. Требования к организации деятельности исполнителя. Информация об оказываемых услугах по реализации туристского продукта.
36. Договор о реализации туристского продукта. Порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору.
37. Роль и функции оптовой торговли.
38. Классификация оптовой торговли и предприятий оптовой торговли.
39. Комплексная программа развития инфраструктуры товарных рынков.

Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле

1. Понятие электронной коммерции, преимущества и недостатки.
2. Основные понятия: киберпространство, е-бизнес, е-коммерция.
3. Произведите сравнение традиционного бизнеса с электронным.
4. Основные субъекты электронной коммерции.
5. Виды электронной коммерции или основные формы присутствия в Интернет.
6. Специфика электронной коммерции.
7. Преимущества ведения бизнеса в Интернет.
8. Классификация систем электронной коммерции.
9. Интернет-магазин и интернет-витрина, особенности, различия, примеры.
10. Схема функционирования электронного магазина.
11. Виды доставки и оплаты товаров в электронных магазинах.
12. Модели электронной коммерции.

Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения

1. Приведите различные определения понятия «контрактная система». Постарайтесь самостоятельно дать определение понятию «система управления закупками».
2. Объясните причины внедрения контрактной системы.
3. Представьте характеристику принципов контрактной системы.
4. Приведите конкретные примеры реализации принципов контрактной системы.
5. Опишите факторы, определяющие развитие контрактной системы в Российской Федерации.
6. Дайте характеристику основным нормативным актам, действующим в сфере управления государственными и муниципальными закупками.
7. Приведите примеры и конкретных нормативных актов: федерального, регионального, муниципального уровня в сфере регулирования государственных и муниципальных закупок.
8. Проиллюстрируйте на примере конкретной закупки особенности нормирования закупок.
9. В чем заключается цель регулирования закупочной деятельности?

10. Чем объяснить влияние законодательства о защите конкуренции на процесс определений поставщика?

Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд

1. Объясните различия между планом закупок и планом– графиком закупок.
2. Дайте определение контрактной службы. Приведите примеры создания контрактной службы с разной организационной структурой.
3. Перечислите цели и задачи планирования закупок.
4. Проведите сравнительный анализ методов обоснования начальной (максимальной) цены контракта.
5. Дайте характеристику функциональных задач контрактного управляющего. Поясните, что, по вашему мнению, является наиболее важной задачей в деятельности контрактного управляющего?
6. Приведите примеры функций контрактной службы, реализация которых определяет качество управления государственными и муниципальными закупками.

Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок

1. Порядок формирования планов закупок.
2. Каким образом осуществляется разработка, утверждение, публикация и корректировка плана закупок.
3. Порядок формирования планов-графиков закупок.
4. Каким образом осуществляется разработка, утверждение, публикация и корректировка планов-графиков.
5. Поясните цель и суть обоснования НМЦК и нормирования в сфере закупок.
6. Как реализуется порядок установления начальной (максимальной) стоимости контракта.
7. Методы определения и обоснования заказчиком начальной (максимальной) цены контракта: приведите примеры.
8. Перечислите способы определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей).
9. Каким образом осуществляется организация осуществления закупок: способы определения поставщиков, подрядчиков, исполнителей?
10. Совместные конкурсы и аукционы: в чем особенности таких способов определения поставщиков?
11. Инструменты правовой защиты интересов заказчиков при проведении закупок.
12. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов.
13. Условия банковских гарантий, реестр банковских гарантий.
14. Антидемпинговые меры при проведении конкурса и аукциона.
15. Реестр недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей).
16. Участие в определении поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и требования к участникам закупки.
17. Участие учреждений и предприятий уголовно-исполнительной системы в закупках, участие организаций инвалидов в закупках, участие субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций в закупках.
18. Правила описания объекта закупки, составления технического задания на закупку товаров, работ, услуг.
19. Требования к структуре технического задания.
20. Проведение открытого конкурса: извещение о проведении открытого конкурса.
21. Порядок документального оформления и проведения открытого конкурса.
22. Проведение аукциона в электронной форме (электронный аукцион).
23. Порядок документального оформления и проведения аукциона в электронной форме.

24. Проведение запроса котировок.
25. Проведение запроса предложений.
26. Порядок документального оформления и проведения запроса предложений.
27. Закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).
28. Заключение, исполнение и расторжение контракта.
29. Требования к структуре и разделам проектов государственных контрактов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг.
30. Обеспечение исполнения контрактов.
31. Особенности исполнения контракта.
32. Изменение контракта.
33. Расторжение контракта.

Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт

1. Понятие размещения заказов для государственных и муниципальных нужд.
2. Основные принципы системы государственных и муниципальных заказов, термины и определения.
3. Субъекты правоотношений в системе размещения государственных муниципальных заказов.
4. История развития системы закупок для нужд государства в России.
5. Состав конкурсной документации на размещение государственных и муниципальных заказов.
6. Структура процедуры размещения государственных (муниципальных) заказов и коммерческих закупок.
7. Способы оценки эффективности размещения государственных (муниципальных) заказов или коммерческих закупок.
8. Запрос котировок, особенности котировочных заявок, их оценка и проверка на соответствие требованиям.
9. Контракты на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ.

Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок

1. Органы, осуществляющие контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере закупок, их полномочия.
2. Плановые и внеплановые проверки в отношении заказчиков, контрактных служб, контрактных управляющих, комиссий по осуществлению закупок и их членов, уполномоченных органов, уполномоченных учреждений, специализированных организаций, операторов электронных площадок.
3. Ведомственный контроль в сфере закупок, контроль в сфере закупок, осуществляемый заказчиком, общественный контроль.
4. Виды юридической ответственности за нарушение законодательства и иных нормативных правовых актов о контрактной системе в сфере закупок.
5. Полномочия органов контроля, мониторинга и аудита.
6. Мониторинг в сфере закупок.
7. Порядок использования ЕИС для целей мониторинга закупок.
8. Аудит в сфере закупок.
9. Казначейский контроль.
10. Внутренний финансовый контроль.
11. Ведомственный контроль и контроль со стороны заказчика.
12. Антимонопольный контроль.
13. Общественный контроль в сфере закупок.
14. Особенности заключения энергосервисного контракта.
15. Контракты на оказание услуг связи для оборонных и правоохранительных целей.

16. Особенности закупок в сфере ГОЗ.
17. Закупки по решению Правительства РФ.
18. Контракты на создание произведения архитектуры, строительство и реконструкцию объектов капитального строительства.
19. Закупки на территории иностранного государства для обеспечения деятельности заказчика.
20. Контракты по инвестиционным проектам и обязательствам.
21. Контракты на закупку лекарственных и медицинских средств.

Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях

1. Составьте схему нормативно-правового регулирования сферы государственных закупок
2. Перечислите и поясните основные понятия и принципы контрактной системы в сфере закупок.
3. Охарактеризуйте права, обязанности, полномочия: заказчика, контрактной службы.
4. В чем отличие прав, обязанностей, полномочий: комиссии по осуществлению закупок, специализированной организации, экспертов, экспертных организаций.
5. Кто и каким образом осуществляет информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок.

Критерии оценивания компетенций

Отметка «отлично» выставляется студенту, если он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметка «хорошо» выставляется студенту, если обнаруживаются прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

Отметка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответ свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если обнаруживается незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Вопросы для защиты практических работ

Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

Тема 1.1 Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности

Практическое занятие 1. Систематизация и анализ внешней конкурентной среды для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение полученной информации.

1. Какие вам известны основные методы анализа конкурентной среды?
2. Какие факторы выделяют при определении конкурентных позиций компании?
3. Перечислите этапы конкурентного анализа.
4. Назовите методы конкурентного анализа.
5. Что подразумевают под определением конкурентных позиций?
6. Что такое конкурентная среда и чем она определяется?
7. Что такое SWOT-анализ?

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

Практическое занятие 2. Анализ поставщика.

1. Изучение каких параметров предполагает анализ нового поставщика?
2. По какому показателю оценивается качество поставляемого товара?
3. По какому показателю оценивается качество поставок?
4. По какому показателю оценивается качество коммуникации?
5. На основе каких критериев проводится анализ действующих поставщиков?
6. По каким показателям происходит анализ поставщика?

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

Практическое занятие 3. Ознакомление с типовыми договорами купли-продажи и поставки, их оформление.

1. Особенности и содержание договора розничной купли-продажи.
2. Что содержит договор поставки товаров?
3. Изменение и расторжение договора поставки.
4. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд: основания поставки, порядок.
5. Какие виды договоров используются в коммерческой деятельности?

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

Практическое занятие 4. Транспортное и информационное обеспечение коммерческой деятельности.

1. Дайте определение транспортного обеспечения
2. Совокупность каких элементов включает в себя транспортное обеспечение?
3. Каковы особенности транспортных услуг?
4. Назовите плюсы и минусы доставки товаров автомобильным транспортом?
5. Назовите факторы, препятствующие конкуренции между различными видами транспорта?
6. Перечислите группы показателей работы транспорта.

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

Практическое занятие 5. Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.

1. В чем заключается исполнение внешнеторгового контракта?
2. Перечислите этапы исполнения контракта.
3. Какими документами оформляется исполнение контракта?
4. На какие группы подразделяются внешнеторговые контракты?
5. Каковы способы защиты покупателя при нарушении внешнеторгового контракта продавцом.

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

Практическое занятие 6. Анализ рекламных средств, применяемых на предприятиях.

1. Классификация средств рекламы
2. Каковы основные требования, предъявляемые к рекламе?
3. Понятие и классификация ненадлежащей рекламы.
4. Способы осуществления корпоративной рекламы.
5. Современные рекламные стратегии.
6. Виды наружной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
7. Основные признаки классификации рекламных средств.
8. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

Практическое занятие 7. Эффективность рекламной деятельности.

1. Понятие эффективности рекламы
2. Проблемы определения эффективности рекламы.
3. По каким показателям оценивается эффективность рекламы?
4. По какой формуле производится расчет экономического эффекта, полученного под воздействием рекламы?
5. Что такое рентабельность рекламы?
6. Какое рекламное средство оказывает наибольшее влияние на покупателя?

Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

Практическое занятие 8. Патентная деятельность.

1. Характеристика основных видов патентной информации
2. Как осуществляется поиск информации по товарным знакам?
3. Как осуществляется поиск патентной информации в базах данных российского патентного ведомства?
4. Перечислите источники информации о товарных знаках.
5. Как осуществляется поиск патентов-аналогов?
6. Какова структура описания изобретения?
7. Порядок оформления патента.

Раздел 2. Организация и осуществление продаж

Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле

Практическое занятие 9. Определение технико-экономических показателей работы склада.

1. Какие показатели рассчитываются для оценки эффективности работы складов?
2. Дайте определение понятию «Складской товарооборот».

3. Что такое Складской грузооборот?
4. Как рассчитывается производительность труда работников склада?
5. Как определяется коэффициент полезной площади склада?
6. Как определяется коэффициент использования полезного объема склада?
7. Какие показатели позволяют определить рациональность использования складского хозяйства?

Практическое занятие 10. Особенности приемки товаров по количеству.

1. В каких случаях применяется инструкция П - 6?
2. Что проверяет получатель при приемке товаров по количеству?
3. Каков порядок приемки продукции по количеству в таре и без тары?
4. В какие сроки осуществляется приемка продовольственных товаров по количеству?
5. Как поступить в случае недостачи товаров?
6. Кем утверждается акт приемки товаров?

Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле

Практическое занятие 11. Ознакомление с ГОСТ Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и ГОСТ. Р.51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и составление перечня возможных дополнительных услуг в зависимости от типа магазина.

1. Что следует понимать под коммерческой деятельностью в торговле?
2. Равнозначны ли понятия «предпринимательская деятельность» и «коммерческая деятельность»?
3. Назовите цели коммерческой деятельности в торговых организациях.
4. Назовите и охарактеризуйте принципы коммерческой деятельности в торговых организациях.
5. Охарактеризуйте состояние и перспективы развития торговли в России.

Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле

Практическое занятие 12. Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и технологии интернет вещей

1. Что такое сквозные цифровые технологии интернет вещей?
 2. Интернет вещей все чаще используется в розничной торговле
 3. Где в России стоит внедрять IoT?
 4. Программные решения IoT для улучшения сектора розничной торговли
- Преимущества Интернета вещей для предприятий розничной торговли

Практическое занятие 13. Организация работы торговых площадок на основе технологии интернет-вещей

1. Что такое интернет вещей и как он устроен
2. Как работает технология интернета вещей
3. Сферы применения технологии IoT
4. Плюсы и минусы технологии IoT
5. Будущее интернета вещей

Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения

Практическое занятие 14. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок.

1. История становления нормативно-правового регулирования закупок для государственных и муниципальных нужд.
2. Система правового регулирования закупок.
3. Нормативно-правовая база, регулирующая сферу размещения государственного заказа.
4. Полномочные органы по регулированию контрактной системы в сфере закупок.
5. Этапы реализации закупочной деятельности в рамках контрактной системы.

Практическое занятие 15. Основы контрактной системы.

1. Система регулирования государственных закупок.
2. Принципы контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок.

Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд

Практическое занятие 16. Организация закупок. Планирование и обоснование закупок

1. Планирование размещения закупок.
2. Планы закупок.
3. Планы-графики

Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок

Практическое занятие 17. Осуществление закупок

1. Выбор способа закупок.
2. Состав комиссий по осуществлению закупок. Виды комиссий.
3. Требования, предъявляемые к участникам закупок.
4. Условия допуска к участию в закупках. Антидемпинговые механизмы в закупках и правила их применения в торгах.
5. Термины и определения, используемые в контрактном праве и при составлении государственного контракта Особенности статей контрактов в зависимости от вида закупаемой продукции: товары, работы, услуги.
6. Применение базовых условий поставок в соответствии терминологией ИНКО-ТЕРМС в последней редакции.
7. Каково соотношение понятий: сделка, договор, контракт? Какие лица выступают государственными заказчиками, муниципальными заказчиками, иными заказчиками?
8. Опишите требования к видам и размерам обеспечения исполнения контракта. Какие обязательные случаи установления обеспечения исполнения контракта вы знаете.

Практическое занятие 18. Процессуальное осуществление закупок

1. Понятие конкурса.
2. Понятие аукциона.
3. Совместные конкурсы и аукционы.
4. Оценка заявок.
5. Участники закупок.
6. Закупка у единственного контрагента.
7. Порядок закупки у единственного контрагента.
8. Преимущества закупки у единственного контрагента.

Практическое занятие 19. Способы определения поставщиков

1. Раскройте порядок формирования реестра недобросовестных поставщиков.

2. Стороны контракта.
3. Предмет контракта
4. Порядок определения цены контракта
5. Возможные размеры аванса, выплачиваемые заказчиком по контракту
6. Структура контракта. Обязательные разделы контракта
7. Сроки действия контракта
8. Ответственность сторон контракта
9. Способы и размеры обеспечения исполнения контракта
10. С кем возможно заключение контракта по итогам проведения конкурса.
11. Сроки передачи проекта контракта участнику конкурса, с которым заключается контракт
12. Сроки подписания проекта контракта участником конкурса
13. С кем возможно заключение контракта по итогам проведения аукциона
14. Сроки передачи проекта контракта участнику аукциона, с которым заключается контракт
15. Сроки подписания проекта контракта участником аукциона

Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт

Практическое занятие 20. Порядок заключения контракта

1. Какие вы знаете виды договоров (контрактов) заключение которых предусмотрено Федеральным законом № 44-ФЗ? Назовите допустимые случаи заключения договора, а не контракта по итогам осуществления закупок согласно Федеральному закону № 44-ФЗ.

2. Раскройте порядок заключения государственного контракта (договора) по итогам проведенного конкурса.

3. Раскройте порядок заключения государственного контракта (договора) по итогам проведенного электронного аукциона.

4. Раскройте порядок заключения государственного контракта (договора) по итогам запроса котировок.

5. Какие вы знаете случаи возможного отказа заказчика от заключения государственного или муниципального контракта с победителем торгов, запроса котировок (или с лицами, с которыми такой контракт должен быть заключен). Каков порядок отказа заказчика от заключения контракта (какие документы оформляются)?

6. Какие вы знаете допустимые случаи изменения условий государственного или муниципального контракта (договора) при его исполнении. Как может меняться цена государственного или муниципального контракта (договора)?

7. Опишите допустимые случаи и порядок досрочного расторжения государственного или муниципального контракта.

8. Какая ответственность предусмотрена Федеральным законом № 44-ФЗ для сторон государственного или муниципального контракта (договора) при неисполнении или ненадлежащем исполнении условий контракта (договора)?

Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок

Практическое занятие 21. Контроль в сфере закупок

1. Обоснование начальной цены контракта.
2. Понятие контрактных служб.
3. Способы образования контрактных служб.
4. Структура контрактных служб.

Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях

Практическое занятие 22. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок

1. Понятие мониторинга в сфере закупок.

2. Аудит в сфере закупок.
3. Деятельность контрольно-счетных органов.
4. Дисциплинарная ответственность
5. Гражданско-правовая ответственность.
6. Административная ответственность.
7. Уголовная ответственность.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в процессе проведения собеседования он показывает исчерпывающие знания, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, необходимые практические компетенции не сформированы.

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации и критерии оценки

Комплект практических заданий

Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

Задание 1.

От китайской швейной фабрики «Зоря» 20 ноября 2012 г. № 16 поступило коммерческое предложение ТД «Мечта» заключить договор на поставку швейных изделий на 2013 г. В письме швейной фабрики ТД «Мечта» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - китайской швейной фабрике – проект договора на поставку швейных изделий. В связи с этим генеральный директор ТД «Мечта» поручил в указанный срок менеджеру по группе швейных товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 2.

От ООО «Интра» 25 октября 2012 г. № 15 поступило коммерческое предложение торговой сети «Микрона» заключить договор на поставку продукции компании «UNILEVER» на 2013 г. В письме торговой сети «Микрона» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - ООО «Интра» – проект договора на поставку продукции компании «UNILEVER». В связи с этим генеральный директор торговой сети «Микрона» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 3.

От ООО «Северный Альянс» 15 сентября 2012 г. № 10 поступило коммерческое предложение ТД «Карусель» заключить договор на поставку рыбных консервов на 2013 г. В письме ТД «Карусель» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - ООО «Северный Альянс» – проект договора на поставку рыбных консервов. В связи с этим генеральный директор ТД «Карусель» поручил в указанный срок менеджеру по группе рыбных товаров И.Н. Иванову подготовить проект до-

говора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 4.

От торговой компании «Меренга» 18 августа 2012 г. № 12 поступило коммерческое предложение торговой сети «Магнит» заключить договор на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий на 2013 г. В письме торговой сети «Магнит» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – торговой компании «Меренга» – проект договора на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Магнит» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Сидорову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 5.

От ПК химический завод «Луч» 11 сентября 2012 г. № 28 поступило коммерческое предложение торговой сети «Звездочка» заключить договор на поставку канцелярских товаров на 2012 г. В письме торговой сети «Звездочка» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ПК химический завод «Луч» – проект договора на поставку канцелярских товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Звездочка» поручил в указанный срок менеджеру по закупке канцелярских товаров И.Н. Ручкину подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 6.

От ПК химический завод «Луч» 05 ноября 2012 г. № 18 поступило коммерческое предложение торговой сети «Зебра» заключить договор на поставку наборов для детского творчества на 2013 г. В письме торговой сети «Зебра» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ПК химический завод «Луч» – проект договора на поставку наборов для детского творчества. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Зебра» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Игрушкину подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 7.

От ООО «Альянс» 09 ноября 2012 г. № 28 поступило коммерческое предложение торговой сети «Помидорка» заключить договор на поставку плодово-овощных консервов на 2013 г. В письме торговой сети «Помидорка» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ООО «Альянс» – проект договора на поставку плодово-овощных консервов. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Помидорка» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Огурцову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 8.

От ООО «Конфетка» 19 ноября 2012 г. № 08 поступило коммерческое предложение торговой сети «Сластена» заключить договор на поставку кондитерских товаров на 2013 г. В письме торговой сети «Сластена» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ООО «Конфетка» – проект договора на поставку кондитерских товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Сластена» поручил в указанный срок менеджеру по закупке кондитерских товаров И.Н. Пряничникову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 9.

От ООО «ТД «Регион-молоко» 21 ноября 2012 г. № 18 поступило коммерческое предложение торговой сети «Му-му» заключить договор на поставку молочных товаров на 2013 г. В письме торговой сети «Му-му» предлагается в течение 20 дней с момента получе-

ния предложения разработать и представить поставщику – ООО «Регион-молоко» – проект договора на поставку молочных товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Му-му» поручил в указанный срок менеджеру по закупке молочных товаров И.Н. Баранову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 10.

От фабрики «Заря» 20 ноября 2012 г. № 18 поступило коммерческое предложение ТД «Мечта» заключить договор на поставку колбасных изделий на 2013 г. В письме швейной фабрики ТД «Мечта» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – фабрики «Заря» – проект договора на поставку колбасных изделий. В связи с этим генеральный директор ТД «Мечта» поручил в указанный срок менеджеру по группе колбасных товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 11.

От ООО «Интра» 25 октября 2012 г. № 15 поступило коммерческое предложение торговой сети «Микрона» заключить договор на поставку продукции компании «UNILEVER» на 2012 г. В письме торговой сети «Микрона» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - ООО «Интра» – проект договора на поставку продукции компании «UNILEVER». В связи с этим генеральный директор торговой сети «Микрона» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 12.

От ООО «Северный Альянс» 15 сентября 2011 г. № 10 поступило коммерческое предложение ТД «Карусель» заключить договор на поставку рыбных консервов на 2012 г. В письме ТД «Карусель» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику- ООО «Северный Альянс» – проект договора на поставку рыбных консервов. В связи с этим генеральный директор ТД «Карусель» поручил в указанный срок менеджеру по группе рыбных товаров И.Н. Иванову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 13.

От торговой компании «Меренга» 18 августа 2011 г. № 12 поступило коммерческое предложение торговой сети «Магнит» заключить договор на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий на 2012 г. В письме торговой сети «Магнит» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – торговой компании «Меренга» – проект договора на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Магнит» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Сидорову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 14.

От ПК химический завод «Луч» 11 сентября 2011 г. № 28 поступило коммерческое предложение торговой сети «Звездочка» заключить договор на поставку канцелярских товаров на 2012 г. В письме торговой сети «Звездочка» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ПК химический завод «Луч» – проект договора на поставку канцелярских товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Звездочка» поручил в указанный срок менеджеру по закупке канцелярских товаров И.Н. Ручкину подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 15.

От ПК химический завод «Луч» 05 ноября 2011 г. № 18 поступило коммерческое предложение торговой сети «Зебра» заключить договор на поставку наборов для детского творчества на 2012 г. В письме торговой сети «Зебра» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ПК химический завод «Луч» – проект договора на поставку наборов для детского творчества. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Зебра» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Игрушкину подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 16.

От ООО «Альянс» 09 ноября 2011 г. № 28 поступило коммерческое предложение торговой сети «Помидорка» заключить договор на поставку плодово-овощных консервов на 2012 г. В письме торговой сети «Помидорка» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ООО «Альянс» – проект договора на поставку плодово-овощных консервов. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Помидорка» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Огурцову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 17.

От ООО «Конфетка» 19 ноября 2011 г. № 08 поступило коммерческое предложение торговой сети «Сластена» заключить договор на поставку кондитерских товаров на 2012 г. В письме торговой сети «Сластена» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ООО «Конфетка» – проект договора на поставку кондитерских товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Сластена» поручил в указанный срок менеджеру по закупке кондитерских товаров И.Н. Пряничникову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Задание 18.

От ООО «ТД «Регион-молоко» 21 ноября 2011 г. № 18 поступило коммерческое предложение торговой сети «Му-му» заключить договор на поставку молочных товаров на 2012 г. В письме торговой сети «Му-му» предлагается в течении 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику – ООО «Регион-молоко» – проект договора на поставку молочных товаров. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Му-му» поручил в указанный срок менеджеру по закупке молочных товаров И.Н. Баранову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

Раздел 2. Организация и осуществление продаж

Задание 19.

Заполнить таблицу «Основные признаки, характеризующие типы универсальных магазинов»

Тип	Торговая площадь, м ²	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания
Гипермаркет			
Универмаг			
Универмаг «Детский мир»			
Универсам (Супермаркет)			

Задание 20.

1. Чем оптовые предприятия отличаются от розничных. Представить в виде таблицы

Оптовые предприятия	Розничные предприятия

Задание 21.

В торговом зале размещены горки пристенные – 18 шт. (длина 1 м, ширина 0,8 м), горки островные -10 шт. (длина 1,2 м, ширина 1,4 м), холодильные прилавки-витрины – 5 шт. (длина 1, 3 м, ширина 0,9 м).

Площадь торгового зала магазина «Мини-маркет» – 125 м².

Вопрос: Определите коэффициент установочной площади.

Задание 22.

В торговом зале размещены горки пристенные – 18 шт. (длина 1 м, ширина 0,8 м), горки островные -10 шт. (длина 1,2 м, ширина полки 0,65 м), холодильные прилавки-витрины – 5 шт. (длина 1, 3 м, ширина 0,9 м).

Площадь торгового зала магазина «Мини-маркет» – 125 м².

Примечание: горки пристенные имеют 4 полки, островные по 2 полки с каждой стороны, шириной 0,65 м.

Вопрос: Определите коэффициент демонстрационной площади.

Задание 23.

В универсаме установочная площадь различных видов торгового оборудования (стационарного, немеханического, контейнеров, холодильников и др.) – 41,8 м².

Найдите установочный коэффициент. Торговая площадь 122 м².

Задание 24.

Из 55 наименований продуктов в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать степень обновления, коэффициент широты ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120.

Оформить таблицу:

Расчет показателей широты и новизны ассортимента

Ш_б – Широта базовая

Ш_д - Широта действ.

К_ш Коэффициент широты

Количество новых товаров

К_н Коэффициент новизны

Задание 25.

Общая площадь магазина «Восторг» составляет 322 м², из них 124 м² – торговая площадь. Найдите коэффициент соотношения торговой площади к общей площади магазина.

Задание 26.

Общая торговая площадь вашего магазина 1000 м², а оборудование занимает в нем в общей сложности 600 м². Определите Коэффициент установочной площади.

Задание 27.

Торговая площадь магазина 300 м²., общая площадь магазина 600 м². Найдите коэффициент эффективности использования помещений магазина.

Задание 28.

Торговая площадь магазина 220 м²., установочная площадь 1066 м². Определите коэффициент установочной площади.

Задание 29.

Рассчитать коэффициент обновления торгового ассортимента магазина «Продукты» и сделать выводы:

Показатели обновления ассортимента	2021 год			
	январь	февраль	март	апрель
Количество наименований кондитерских изделий, предлагаемого к продаже – Шд, ед	55	56	58	60
Количество новых наименований кондитерских изделий, Н, ед.	5	7	23	24
Коэффициент обновления ассортимента – Кн, %				

Задание 30.

Проанализировать темпы роста товарооборота ООО УОТБ КПС за 2021- 2022 год и сделать вывод:

Месяц	Товарооборот 2021 год сумма, тыс. руб.	Товарооборот 2022 год сумма, тыс. руб.	Базисные темпы роста, %, 2022г/2021г
Январь	1735,1	1736,2	
Февраль	1759,7	1760,9	
Март	2520,2	2521,2	
Апрель	2599,1	2599,9	
Май	2799,9	2801,3	
Июнь	2603,0	2603,4	
Июль	3028,3	3029,2	
Август	3100,5	3101,4	
Сентябрь	3714,8	3715,6	
Октябрь	3728,5	3727,5	
Ноябрь	3437,9	3439,1	
Декабрь	3273,9	3275,0	
ИТОГО			

Задание 31.

Проанализировать структуру товарооборота и сделать выводы

Наименование товара	Товарооборот 2021 год сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Товарооборот 2022 год сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Базисные темпы роста товарооборота, %
Молоко, сыр и молочные продукты	121		122		
Яйца	7		8		
Сахар	6		7		
Кондитерские изделия	4,6		5,2		
Хлеб и хлебобулочные изделия	4,4		6,8		
Мука, крупа и макаронные изделия	3,8		3,8		
Водка и ликероводочные изделия	122,2		132,2		
Вина, шампанское,	18,4		19,6		

коньяк					
Прочие продовольственные товары	32,6		35,4		
Непродовольственные товары	141		145		
Всего товаров					

Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Задание 32.

Опишите факторы, определяющие развитие контрактной системы в РФ. Для обоснования своего ответа необходимо в обязательном порядке ссылаться на приведенные нормативные материалы, а также иные материалы, которые вы используете для подготовки ответа. Решение выполняется в письменной форме и сдается на проверку преподавателю. После проверки проводится дискуссия с целью оценки доводов и ошибок.

Задание 33.

Представьте характеристику принципов контрактной системы. Приведите конкретные примеры реализации принципов контрактной системы.

Задание 34.

Объясните различие между планом закупок и планом-графиком закупок. Ответ раскройте в виде таблицы.

Задание 35.

Необходимо заполнить таблицу, ответив справа на вопросы из левой стороны таблицы. Напомним, что план-график представляет собой составленный заказчиком перечень закупаемых в течение всего календарного года товаров, работ, услуг (п.2 Приложения № 1 к Приказу № 761/20н). Для его подготовки необходимо определить ответственное лицо, необходимые заказчику товары (работы, услуги) и объем денежных средств, которые выделены на их приобретение.

1. На кого возлагаются полномочия по составлению плана-графика?	
2. На кого возлагаются полномочия по размещению в ЕИС плана-графика	
3. На кого возлагается ответственность за нарушение срока размещения?	
4. Какую информацию нужно собрать о товарах при составлении плана-графика?	

Задание 36.

В законе № 223-ФЗ сказано, что заказчик вправе не размещать в ЕИС сведения о закупке, стоимость которой не превышает 100 тыс. руб. Какой период имеется в виду: месяц, квартал, год? Можно ли заключать договоры с одной и той же фирмой на один и тот же товар неоднократно, но на сумму не более 100 тысяч рублей и не вносить изменения в план закупок?

Задание 37.

Составьте проект технического задания на закупку свежемороженой рыбы: 200 кг горбуши и 200 кг сельди, для нужд ГБУ.

В техническом задании отразить:

- наименование и описание объекта закупки,
- требования к упаковке и отгрузке товара,
- гарантийные обязательства,

- требование к сроку годности,
- обоснование начальной (максимальной) цены договора

Нормативные материалы к заданию: ГОСТ Р 51074-2003. Национальный стандарт Российской Федерации. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования (утв. Постановлением Госстандарта России от 29.12.2003 N 401-ст) ГОСТ 32366-2013 Рыба мороженая. Технические условия. ГОСТ 815-2004. Сельди соленые. Технические условия. п. 1 ст. 22 Федерального закона № 44-ФЗ от 05.04.2013 г. Для обоснования своего ответа необходимо в обязательном порядке ссылаться на приведенные нормативные материалы, а также иные материалы, которые вы используете для подготовки ответа. Решение выполняется в письменной форме и сдается на проверку преподавателю. После проверки проводится дискуссия с целью оценки доводов и ошибок.

Задание 38.

С левой стороны указаны полномочия заказчика. С правой стороны нужно ответить на вопросы о том, возможна ли передача полномочий другому лицу или нет, указав применимые нормы.

1. Полномочия по размещению извещения на официальном сайте	
2. Определение начальной максимальной цены	
3. Разработка конкурсной документации	
4. Направление предложений об участии	

Задание 39.

Приведите примеры создания контрактных служб с разной организационной структурой. Оформите ответ в письменной форме.

Задание 40.

Составьте текст коммерческого предложения для рассылки по адресам потенциальных покупателей фанеры. Предложите варианты твердой и свободной оферты. Укажите, в каких случаях будет использована твердая оферта.

Задание 41.

1. Рассмотрите поступившие заявки на соответствие требованиям технического задания.

2. Укажите заявки, подлежащие допуску к участию в аукционе, а в случае несоответствия заявок требованиям законодательства о контрактной системе и техническому заданию, напишите обоснование для отклонения по всем заявкам, подлежащим отклонению с обязательным указанием ссылок на нормы закона о контрактной системе. ГБУЗ проводит электронный аукцион на закупку поставок офисной бумаги.

В техническом задании описано наименование товара и его характеристики: бумага офисная «SvetoCopy» или эквивалент белая, плотность не менее 80 г/см², поддержка двухсторонней печати. Поступило 5 заявок.

Поступившие заявки:

Заявка № 1 Наименование и характеристики товара, наименование страны происхождения товара: Бумага офисная, белая, плотность 80 г/см², поддержка двухсторонней печати ООО «Стиль»

Заявка № 2 Наименование и характеристики товара, наименование страны происхождения товара: Бумага офисная «Монди» Россия, Респ. Коми, г. Сыктывкар, ООО «Монди»

Заявка № 3 Наименование и характеристики товара, наименование страны происхождения товара: Бумага офисная «Монди», плотность 80 г/см², поддержка двухсторонней печати Респ. Коми*, г. Сыктывкар, ООО «Монди»

Заявка № 4 Наименование и характеристики товара, наименование страны происхождения товара: Бумага офисная «Снегурочка» Россия

Заявка № 5 Наименование и характеристики товара, наименование страны происхождения товара: Бумага офисная, белая, плотность 80 г/см², поддержка двухсторонней печати, Москва, ООО «Стиль».

Задание 42.

06.07.2021 между Заказчиком и Поставщиком по результатам электронного аукциона заключен контракт на поставку товара на сумму 450 000 руб. (далее – контракт), по условиям которого товар должен быть поставлен в течение 10 дней с момента поступления в адрес Поставщика соответствующей заявки Заказчика. В контракте также содержится условие о том, что поставка по направленной заявке осуществляется в полном объеме, частичная поставка не допускается.

14.07.2021 Заказчиком в адрес Поставщика заказным письмом с уведомлением была направлена заявка, с просьбой поставить товар, предусмотренный контрактом. Заявка получена поставщиком 19.07.2021.

29.07.2021 Поставщик поставил товар частично (на сумму 150000 руб.). Однако Заказчик отказался принимать данный товар ссылаясь на условия контракта. Товар в полном объеме был поставлен 19.08.2021, о чем свидетельствовала подпись заказчика на товарной накладной.

1) Должен ли Заказчик в данном случае применять меры ответственности к поставщику?

2) В случае положительного ответа, необходимо рассчитать размер пени за просрочку исполнения поставщиком обязательств, предусмотренных контрактом, исходя из размера ключевой ставки ЦБ РФ 6,5 % годовых.

3) Может ли Заказчик удержать сумму начисленной неустойки из суммы контракта, подлежащей оплате поставщику (при условии, что соответствующая возможность предусмотрена контрактом)

Задание 43.

22.07.2021 ООО «No» в рамках заключенного контракта при поставке ноутбуков предоставило заказчику подписанные директором счет-фактуру и товарную накладную. Заказчик подписал товарную накладную 27.07.2021 и оплатил поставленный товар 30.07.2021.

1) Какие документы и (или) информацию заказчик обязан включить в реестр контрактов применительно к данным условиям задачи.

2) Определить предельные даты размещения документов и (или) информации в реестре контрактов.

Задание 44.

Можно ли проводить конкурентную закупку одновременно для участников по ст.28 УИС и ст. 30 СМП И СОНО? Ответ обоснуйте.

Задание 45.

Заказчику необходимо закупить хлебобулочные изделия – вафли, пирожки и пончики на общую сумму 490 тыс. рублей. Может ли заказчик закупить необходимые товары одной закупкой. Ответ обоснуйте.

Задание 46.

1. Решить какие меры необходимо принять контрольно-счетному органу, выявившему данные нарушения.

2. Подготовить проекты комплектов документов для направления в органы, уполномоченные на рассмотрение дел об административных правонарушениях.

На основании сведений, размещенных на официальном сайте о закупках (<http://zakupki.gov.ru>) необходимо провести проверку своевременности размещения МБОУ «Ерзовская СОШ Городищенского района Волгоградской области» (ИНН 3403301246) на сайте отчета об исполнении контракта на приобретение спортивного инвентаря на сумму 8 700,00 руб. В случае выявления нарушений – подготовить материалы, необходимые для привлечения к ответственности виновных лиц. Дополнительные сведения: реестровый номер контракта 0329300227214000024.

Задание 47.

Проведите анализ действующего законодательства о государственных и муниципальных закупках, выберите из законодательного массива 10 актов, имеющих отношение к рассматриваемой сфере общественных отношений, и раскройте сферу применения каждого акта, сделав это в виде таблицы.

Задание 48.

4 октября 2018 г. ООО «Бизнес и Арт» было признано победителем конкурса по поставке вычислительной техники для нужд Белгородского территориального фонда обязательного медицинского страхования. 12 октября 2018 г. по итогам конкурса между ООО «Бизнес и Арт» и фондом был заключен контракт на поставку компьютерного оборудования: лазерного принтера HewlettPackardLaserJet1100, двух мониторов Samsung Sync Master 171si двух системных блоков в период с 1 по 30 ноября 2018 г.

Товары были поставлены ООО «Бизнес и Арт» 20 ноября 2018 г., однако часть товаров фонд оплатил по истечении установленных контрактом сроков из-за несвоевременного финансирования из бюджета. В январе 2019 г. ООО «Бизнес и Арт» обратилось в арбитражный суд с иском к Белгородскому территориальному фонду обязательного медицинского страхования о взыскании неустойки за несвоевременную оплату поставленного товара. Ответчик против иска возражал, поскольку нормативными актами Белгородской области и заключенным контрактом неустойка за неисполнение государственного контракта не предусмотрена. Кроме того, отсутствует его вина, что является одним из условий ответственности заказчика. Полежит ли иск удовлетворению? Что понимается под государственными нуждами? Могут ли быть предметом поставки для государственных или муниципальных нужд товары иностранного происхождения?

Задание 49.

Начиная с 2022 года при проведении открытых конкурентных процедур НМЦК, которых составляет 20 млн. руб. и более и в случае отсутствия установленных дополнительных требований к участнику закупки в соответствии с ч. 2 ст. 31 Федерального Закона №44-ФЗ заказчик устанавливает дополнительное требование к участникам закупки. Раскройте эти требования.

Задание 50.

Заказчик осуществил закупку, предметом которой являлась поставка продуктов питания, путем проведения совместного конкурса с ограниченным участием. По условиям документации проводимая процедура являлась совместным конкурсом на поставку пищевых продуктов, где заказчиками выступали учреждения социального обслуживания. Начальная (максимальная) стоимость контракта составляла 6 270 489 руб. Наибольшая начальная (максимальная) цена контракта среди всех заказчиков составляла 70359 руб. В КД установлено требование о наличии опыта исполнения контракта, стоимость которого должна составлять не менее 20% НМЦК. При проведении предквалификационного отбора заказчик принял решение о признании участника № 1 несоответствующим единым требованиям на основании того, что данный участник закупки являлся индивидуальным предпринимателем. Участник № 2 в составе заявки представил копию контракта на сумму 50444 руб. Заказчик в процессе ПКО отклонил заявку участника № 2 на основании того, что сумма представленного контракта составляет менее 20% НМЦК, и принял решение о несоответствии участника № 2 дополнительным требованиям. Является ли законным решение заказчика о признании участника № 1 несоответствующим единым требованиям на основании того, что участник закупки являлся индивидуальным предпринимателем?

Задание 51.

Заказчик - федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Коломенский государственный историко-архитектурный и природный музей-заповедник» (г. Москва) — разместил извещение о закупке (выполнение работ по реконструкции, реставрации и приспособлению под современное использование объекта). В качестве способа определения

подрядчика был выбран открытый конкурс и в КД установлены следующие критерии оценки заявки:

- 1) «Цена государственного контракта», значимость критерия — 40%;
 - 2) «Качественные, функциональные и экологические характеристики объекта закупки», значимость критерия — 50%;
 - 3) «Квалификация участников закупки», значимость критерия — 10%.
1. Было ли допущено заказчиком нарушение законодательства о контрактной системе?
 2. Правильно ли заказчик указал способ определения подрядчика?

Критерии оценивания компетенций

Оценка **«отлично»** выставляется, если студент свободно, с глубоким знанием материала правильно составляет спецификацию к проекту договора, разрабатывает текст проекта договора поставки исходя из положений договора поставки и примерной его формы и уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если студент достаточно убедительно, с несущественными ошибками в теоретической подготовке и достаточно освоенными умениями правильно составляет спецификацию к проекту договора, разрабатывает текст проекта договора поставки исходя из положений договора поставки и примерной его формы, но допускает небольшие погрешности в составлении документа и достаточно убедительно отвечает на поставленные вопросы.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если студент недостаточно уверенно, с существенными ошибками в теоретической подготовке и плохо освоенными умениями составляет спецификацию к проекту договора, разрабатывает текст проекта договора поставки исходя из положений договора поставки и примерной его формы, но допускает значительные погрешности в составлении документа, неуверенно отвечает на дополнительно заданные вопросы. С затруднениями, может при необходимости составить и заполнить необходимые документы

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если студент имеет очень слабое представление о предмете и недостаточно или вообще не освоил знания и умения. Допускает существенные ошибки в составлении спецификации к проекту договора и разработке текста проекта договора поставки, на большинство заданных вопросов отвечает неверно и неуверенно, не может справиться с решением подобной задачи.

Перечень тестовых заданий

Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

Тема 1.1 Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности

1. Каналы сбыта бывают:

- а) двухуровневые;
- б) трехуровневые;
- в) четырехуровневые;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

2. При продаже средств производства как правило применяют:

- а) прямой сбыт;
- б) интенсивный сбыт;
- в) селективный сбыт;
- г) нацеленный;
- д) ненацеленный.

3. При продаже товаров широкого потребления применяют:

- а) прямой сбыт;

- б) косвенный сбыт;
- в) селективный сбыт;
- г) нацеленный;
- д) ненацеленный.

4. При продаже товаров, требующих специального обслуживания, обеспечения, запасными частями, создания ремонтных мастерских, подготовки специального персонала применяют:

- а) прямой сбыт;
- б) косвенный сбыт;
- в) интенсивный сбыт;
- г) селективный сбыт;
- д) нацеленный;
- е) не нацеленный.

5. При продаже товаров какой-либо конкретной группе покупателей применяют:

- а) прямой сбыт;
- б) косвенный сбыт;
- в) селективный сбыт;
- г) нацеленный;
- д) ненацеленный.

6. В обязанности оперативных работников промышленных предприятий не входит:

- а) изучение рынков поставщиков и потребителей;
- б) разработка предложений по оптимизации схем закупки и сбыта товаров;
- в) разработка контрактов с определением цен, способов расчетов и т.д.;

7. В обязанности коммерческих работников сбытовых групп промышленных предприятий не входит:

- а) изучение рынков;
- б) изучение рынков поставщиков и потребителей;
- в) разработка контрактов с определением цен.

8. Число и состав оперативных коммерческих групп, обеспечивающих предприятие необходимым сырьем и материалами, зависит от:

- а) номенклатуры закупаемых товаров;
- б) количества поставщиков;
- в) географического расположения поставщиков;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

9. Целью создания единых аппаратов помощников генерального директора и директоров является:

- а) освобождение от значительного объема рутинной работы;
- б) организация новых рабочих мест;
- в) возможность увеличения прибыли;
- г) среди вышеперечисленных вариантов нет верного.

10. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- а) отдел координации закупок и продаж;
- б) отдел транспорта и таможенных операций; в) отдел маркетинга и цен;
- г) отдел рекламы;
- д) отдел работы с посредниками;
- е) все вышеперечисленные варианты верны.

11. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- а) розничная продажа;
- б) оптовая продажа;
- в) сезонные скидки;
- г) стимулирование сбыта.

12. Существуют мероприятия по стимулированию сбыта, направленные на:

- а) потребителя;
- б) торговых посредников;
- в) собственный торговый персонал;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

13. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, относят:

- а) скидки с цены;
- б) премии «толкачи»;
- в) распространение купонов;
- г) бесплатные образцы товаров.

14. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на торговых посредников, относят:

- а) скидки с цены;
- б) премии «толкачи»;
- в) организация съездов дилеров;
- г) скидки сезонных распродаж.

15. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- а) игры;
- б) премии лучшим торговым работникам;
- в) проведение конференций продавцов;
- г) моральные поощрения.

16. Какой вид сервиса не существует:

- а) предпродажный;
- б) послепродажный;
- в) внутрипродажный;
- г) все вышеперечисленные варианты верны.

17. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию:

- а) разработка каталогов и прейскурантов;
- б) доставка товара к месту продажи;
- в) подготовка товара к продаже;
- г) распаковку и расконсервацию.

18. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию:

- а) установка и монтаж;
- б) подготовка к работе;
- в) наладка и регулирование;
- г) подготовка товара к продаже.

19. Что из нижеперечисленного не относится к гарантийному обслуживанию:

- а) инспекционные посещения и контроль условий и процесса эксплуатации товара;
- б) осмотр, наладка и регулировка;
- в) текущий ремонт и замена неисправных деталей и частей;
- г) поставка запасных частей и комплектующих.

20. Что из нижеперечисленного не относится к послегарантийному обслуживанию:

- а) инструктаж и консультация пользователей;
- б) контроль условий и процесса эксплуатации;
- в) осмотр и профилактика неисправностей;
- г) модернизация.

21. Из какого принципа планируется, организуется и осуществляется сервис:

- а) гарантированность;
- б) предупредительность;
- в) превентивность;

- г) стандартизация;
д) все вышеперечисленные варианты верны.
- 22. Организационная форма объединения отдельных в правовом и хозяйственном отношениях совместных предприятий для совместного осуществления определенной деятельности под единой координацией лидера этого объединения называется:**
- а) кооператив;
б) холдинг;
в) совместное предприятие;
г) консорциум.
- 23. По каким направлениям система обслуживания в целом ориентирована на решение основных задач**
- а) по отношению к рынку;
б) по отношению к товару;
в) по отношению к потребителям;
г) по отношению к обслуживанию;
д) все вышеперечисленные варианты верны.
- 24. Система обслуживания может осуществляться:**
- а) непосредственно предприятием-изготовителем;
б) филиалами предприятия изготовителя;
в) консорциумом изготовителей;
г) специализированными предприятиями; посредниками;
д) все вышеперечисленные варианты верны.
- 25. Может ли фирма производитель передавать потенциальным покупателям бесплатные образцы товаров:**
- а) да;
б) нет.

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
г	а	б	г	г	б	в	г	а	д	г	г	а, в
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
б	а	в	г	а	б	а	а	г	д	д	а	

Тема 1.2 Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

- 1. Рынок товаров характеризуется следующими признаками:**
- а) потенциал, привлекательность, доступность и стабильность;
б) потенциал, емкость, стабильность;
в) доступность, возможность моделирования;
г) стабильность и доступность.
- 2. Продовольственные и непродовольственные товары на основе покупательских привычек потребителей подразделяются на товары:**
- а) предварительного выбора, полуфабрикаты, материалы;
б) повседневного спроса, особого спроса;
в) повседневного спроса, предварительного выбора, особого спроса, пассивного спроса;
г) сырье, материалы, полуфабрикаты, средства труда.
- 3. Особенности функционирования торговых предприятий в условиях рыночной системы:**
- а) организационно – распорядительное управление торговым процессом;
б) ориентация товарной политики на спрос и предложение;
в) прибыль - результат ценовых манипуляций на продаваемые товары;
г) ориентация товарной политики на спрос.

4. Исключите факторы, не влияющие на размещение магазинов:

- а) градостроительные;
- б) транспортные;
- в) экономические;
- г) экологические.

5. Какие факторы не влияют на инвестиционную деятельность торгового предприятия?

- а) политическая стабильность;
- б) норма прибыли на вложенный капитал;
- в) уровень инфляции;
- г) организационно – правовая форма предприятия.

6. Лизинг получил широкое распространение в связи с:

- а) высвобождением изношенного парка машин и оборудования;
- б) возможностью пополнения финансовых ресурсов фирмы;
- в) уменьшение амортизационных отчислений;
- г) изменением срока уплаты налога.

7. Какие требования предъявляются к качеству коммерческой информации:

- а) достоверность;
- б) периодичность;
- в) открытость;
- г) системность.

8. Исключите несуществующие виды адаптации коммерсанта–предпринимателя:

- а) профессиональная;
- б) организационная;
- в) коллективная;
- г) социально-психологическая.

9. Директивному стилю управления свойственно:

- а) обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий;
- б) ориентация на выработанную стратегию предприятий;
- в) коллегиальный способ принятия решений;
- г) повышение риска принятия ошибочных решений.

10. В ценовой политике, связанный с новыми товарами, могут применяться подходы:

- а) установление высокой цены;
- б) скользящие цены;
- в) замораживание цен;
- г) ценовые скидки.

11. Что из перечисленного не относится к принципам товаропродвижения:

- а) планомерность;
- б) цикличность;
- в) ритмичность;
- г) оперативность.

12. Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случаях:

- а) поставки товаров ненадлежащего качества;
- б) изменение условий договора;
- в) неоднократной невыборки товаров;
- г) неоднократного нарушения сроков оплаты.

13. Что из перечисленного не является основными коммерческими условиями поставки:

- а) периоды;
- б) графики и порядок поставки;
- в) объем партии;
- г) приемка и расчеты за поставленные товары.

14. Коммерческими документами, представляющими договорные соглашения купли-продажи товаров, являются:

- а) документы по платежно-банковским операциям;
- б) документы по подготовке товара к отправке;
- в) контракт;
- г) документы страхового назначения.

15. В зависимости от партнеров по кооперации различают виды кооперации:

- а) горизонтальную;
- б) ступенчатую;
- в) круговую;
- г) сплошную.

16. Исключите несуществующие виды реализации продукции:

- а) интенсивная;
- б) выборочная;
- в) единая.

17. Торги – это:

- а) оптовая продажа, заключение сделок и прямых контрактов на реализацию товара по представленным образцам;
- б) продажа товаров, обладающих индивидуальными свойствами и ценностями;
- в) способ закупки товаров, размещения заказов, выдачи подрядов путем привлечения покупателем предложений нескольких поставщиков, выбора наиболее выгодных из них и заключения с ним сделки;
- г) розничная продажа.

18. Что из перечисленного не относится к методам нейтрализации рисков:

- а) уклонение от риска;
- б) диверсификация риска;
- в) факторинг;
- г) объединение риска.

19. Факторинг –это:

- а) переуступки банку или специализированной факторинговой компании неоплаченных долговых требований, возникающих между контрагентами в процессе реализации товаров и услуг на условиях коммерческого кредита, в сочетании с элементами бухгалтерского, информационно –сбытового, юридического и другого обслуживания фирмы –поставщика;
- б) возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшить свои платежи по налогу;
- в) договорные отношения, при которых имущество передается в аренду;
- г) финансовая поддержка из средств федерального бюджета.

20. Согласно ГК РФ, одним лицом может учреждаться:

- а) хозяйственное общество;
- б) хозяйственное товарищество;
- в) общество с ограниченной ответственностью;
- г) индивидуальное частное предприятие (ИЧП).

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	в	б	а	б	а	а	в	г	а
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
а	а	в	в	а	б	в	в	а	г

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

- 1. Какое из указанных понятий более широкое по своему содержанию?**
 - а) Сделка;
 - б) Контракт;
 - в) Договор.
- 2. Как соотносятся между собой понятия внешнеэкономическая и внешнеторговая сделка?**
 - а) Это равнозначные понятия;
 - б) Как часть и целое;
 - в) Внешнеэкономическая сделка более широкое понятие.
- 3. Назовите существенный признак внешнеэкономической сделки?**
 - а) Расчеты по сделке в иностранной валюте;
 - б) Наличие субъектов, принадлежащих к различным государствам;
 - в) Необходимость проведения предварительных переговоров.
- 4. Что не является источником правового регулирования внешнеэкономических сделок в РФ?**
 - а) Международный договор.
 - б) Национальное законодательство.
 - в) Судебный прецедент.
- 5. Какая из международных организаций занимается частной (неофициальной) кодификацией международных обычаев?**
 - а) Содружество Независимых Государств;
 - б) Торгово-промышленная палата РФ;
 - в) Международная торговая палата.
- 6. Унификация права– это**
 - а) Создание единообразных норм;
 - б) Уменьшение количества материальных норм;
 - в) Объединение материальных и коллизионных норм.
- 7. Согласно положениям Венской конвенции о договорах международной купли-продажи товаров 1980 г. договор считается заключенным, если он составлен...**
 - а) в устной форме;
 - б) в письменной форме
 - в) в конвенции таких положений не существует.
- 8. Согласно положениям ГК РФ форма внешнеэкономической сделки, если один из участников российское юридическое лицо (предприниматель), должна быть....**
 - а) Обязательно письменной;
 - б) Может быть и письменной, и устной;
 - в) В ГК РФ таких положений не существует.
- 9. Сторонами договора коммерческой концессии являются?**
 - а) Правообладатель и пользователь;
 - б) Агент и принципал;
 - в) Комиссионер и комитент.
- 10. Сторонами договора финансовой аренды являются?**
 - а) Кредитор и заемщик;
 - б) Финансовый агент и клиент;
 - в) Арендатор и арендодатель.
- 11. Оферта это...?**
 - а) предложение заключить договор;
 - б) ответ на акцепт;
 - в) ведение переговоров.
- 12. Акцепт это...?**
 - а) предложение заключить договор;
 - б) ответ на оферту;

- в) ведение переговоров.
- 13. Международный коммерческий арбитраж это...?**
- Один из отделов Международного суда ООН;
 - Институт, разрешающий межгосударственные споры;
 - Институт, рассматривающий коммерческие споры между хозяйствующими субъектами различных стран.
- 14. Выберите виды международного коммерческого арбитража.**
- Институционный и разовый;
 - Частный и государственный;
 - Национальный и международный.
- 15. Арбитражное соглашение – это...?**
- волеизъявление сторон о передаче спора на рассмотрение в международный коммерческий арбитраж;
 - соглашение о разграничении компетенции;
 - предложение заключить договор.
- 16. Какая из сторон оформляет заявление на открытие аккредитива?**
- Получатель;
 - Платательщик;
 - Банк.
- 17. Какая из сторон оформляет инкассовое поручение?**
- Получатель;
 - Платательщик;
 - Инкассирующий банк.
- 18. Ценная бумага, содержащая ничем не обусловленное распоряжение банку произвести платеж указанной в ней суммы – это**
- Чек;
 - Вексель;
 - Коносамент.
- 19. Документ, составленный по установленной форме, содержащий сведения о товарах, об избранной таможенной процедуре и иные сведения, необходимые для выпуска товара – это**
- Таможенная декларация.
 - Страховой сертификат.
 - Сертификат качества.
- 20. Документы, подтверждающие наличие договора перевозки товаров и сопровождающие их при такой перевозке – это**
- Страховые документы;
 - Таможенные документы;
 - Транспортные документы

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	в	б	б	в	а	б	а	а	в
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
а	б	в	а	а	а	в	а	а	в

Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

- 1. Возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов предприятия – это....**
- издержки;

- б) риск;
 - в) скидки.
- 2. Какие факторы влияют на риск?**
- а) общие;
 - б) внешние;
 - в) внутренние.
- 3. К основным видам риска относят:**
- а) коммерческий;
 - б) материальный;
 - в) трудовой.
- 4. К методам оценки уровня риска относятся:**
- а) экономические методы;
 - б) организационные методы;
 - в) статистические методы;
- 5. Что относится к факторам внешнего характера?**
- а) потеря товара от небрежности работников торгового предприятия;
 - б) демографические;
 - в) вероятность нечестности служащих.
- 6. Потери от риска разделяют на:**
- а) рыночные;
 - б) трудовые;
 - в) потери времени.
- 7. Что относится к факторам внутреннего характера?**
- а) вынужденный ремонт помещений вследствие аварийных ситуаций;
 - б) экономическая обстановка в стране в целом;
 - в) конъюнктура рынков, на которых работает предприятие.
- 8. В зависимости от того, чьими силами, и за чей счет проводятся методы по управлению риском различают:**
- а) экономические способы снижения степени риска;
 - б) внешние способы снижения степени риска;
 - в) внутренние способы оптимизации риска.
- 9. К основным способам уменьшения риска относят:**
- а) резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов;
 - б) привлечение к разработке проекта компетентных партнеров;
 - в) два выше указанных варианта ответа.
- 10. Результатом деятельности, какого фактора, может быть рискованная коммерческая сделка, ошибочное управленческое решение?**
- а) факторы внутреннего характера
 - б) факторы внешнего характера

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
б	б, в	а	в	б	б, в	а	б, в	в	а

Раздел 2. Организация и осуществление продаж

Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле

1. Оптовая торговля – это

- а) торговля партиями товара;
- б) любая деятельность по продаже товаров тем, кто приобретает их с целью перепродажи;

в) общественно-полезная деятельность, включающая сбыт товаров организациям, которые приобретают их для использования в собственном бизнесе;

г) все ответы верны.

2. Оптовые продажи бывают:

а) пассивными и активными, прямыми и косвенными;

б) сложными и простыми, безличными и личными;

в) количественными и качественными, региональными и экспортными;

г) все ответы верны.

3. Целевой клиент – это:

а) заинтересованное в сотрудничестве предприятие, которое приносит максимальную прибыль;

б) предприятие, которому выгодно работать с компанией, так как предлагаемые ею условия (оплаты, сервиса, доставки, скидок и т. п.) удобны для него;

в) предприятие, закупающее на регулярной основе небольшими партиями;

4. Перечислите основные функции оптовой торговли:

а) закупки и формирование ассортимента;

б) складирование и транспортировка товара;

в) исследование рынка;

г) предоставление информации;

д) финансирование и принятие рисков;

е) продажи и продвижение.

5. Процесс продажи может находиться в трех состояниях:

а) открыт, закрыт успехом, закрыт отказом;

б) фокусировки, привлечения, прямой продажи, сохранения и развития клиентов;

в) выбора целевого клиента, презентации и договорных отношений.

6. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

а) материально-техническое обеспечение;

б) производственные;

в) финансовые;

г) информационные;

д) материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

7. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

а) личный отбор товара на складе;

б) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;

в) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);

г) с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;

д) личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

8. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

а) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);

б) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,

в) личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,

г) наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,

д) деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

9. Под оптовой торговлей понимается:

- а) Продажа товаров для личного потребления или домашнего использования.
- б) Деятельность по продаже товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам.
- в) Продажа товаров другим оптовым или розничным торговцам.
- г) Продажа товаров для личного потребления или домашнего использования, другим оптовым или розничным торговцам.

10. Перечислить оптовые структуры, имеющие место на Российском рынке.

- а) Организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота.
- б) Предприятия оптовой торговли, осуществляющие полный комплект закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности к оптовому звену.
- в) Оптовые посреднические структуры, не использующие в своей деятельности, как правило, перехода к ним права собственности на товар.
- г) Все вышеперечисленные.

11. Классификации оптовых предприятий по товарной специализации:

- а) Универсальные, специализированные.
- б) Выходные, торгово-закупочные, торговые.
- в) Федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские.
- г) Государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные и др.

12. Обязанности получателя при обнаружении в ходе приемки несоответствия качества продукции требованиям нормативно-технической документации.

- а) Составить акт за подписями лиц, производивших приемку продукции, вызвать представителя отправителя.
- б) Приостановить дальнейшую приемку, обеспечить сохранность продукции, принять меры к предотвращению ее смешения с другой однородной продукцией, вызвать представителя отправителя.
- в) Вызвать представителя отправителя, подать заявление в органы внутренних дел для проведения расследования.
- г) Приостановить приемку продукции, в которой обнаружены несоответствия, составить акт, вызвать представителя отправителя, продолжить приемку остальной части продукции.

13. Товароснабжение – это:

- а) Процесс доведения товаров от предприятий изготовителей до предприятий оптовой торговли.
- б) Система мероприятий, представляющая сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли.
- в) Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением товаров от мест происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя.
- г) Сложный комплекс оперативно-торговой (коммерческой) и технологической деятельности розничных и оптовых предприятий.

14. Определите технологические функции предприятий оптовой торговли:

- а) Приёмка товаров по количеству и качеству; хранение товаров.
- б) Подготовка товаров к продаже; размещение и выкладка товаров.
- в) Продажа товаров.
- г) Все вышеуказанные.

15. Концептуальные основы формирования инфраструктуры оптовой торговли предусматривают наличие следующих основных типов оптовых организаций:

- а) Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия местного (районного) значения.

- б) Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия регионального масштаба.
- в) Оптовые предприятия регионального масштаба.
- г) Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия регионального масштаба, оптовые предприятия местного (районного) значения.

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
а	а	а, б	б, в, г, д, е	а	д	д	а	б	г	а	б	б	г	г

Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле

1. На процесс товародвижения влияют следующие факторы:

- а) Производственные и транспортные.
- б) Степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров.
- в) Социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения.
- г) Все вышеназванные факторы.

2. Транзитная форма товародвижения подразумевает поступление в розничную торговую сеть товаров:

- а) От предприятий промышленности (прямой канал).
- б) Со склада оптового предприятия.
- в) От производственных предприятий или через одно складское звено оптового предприятия.
- г) Прошедших через одно или несколько оптовых звеньев.

3. Назовите типы торговых посредников, выступающих в каналах распределения от своего имени:

- а) Дилер, дистрибьютор.
- б) Дилер, консигнатор.
- в) Дистрибьютор, агент, брокер.
- г) Комиссионер, агент, брокер.

4. Обязанности получателя при обнаружении в ходе приемки несоответствия качества продукции требованиям нормативно-технической документации.

- а) Составить акт за подписями лиц, производивших приемку продукции, вызвать представителя отправителя.
- б) Приостановить дальнейшую приемку, обеспечить сохранность продукции, принять меры к предотвращению ее смешения с другой однородной продукцией, вызвать представителя отправителя.
- в) Вызвать представителя отправителя, подать заявление в органы внутренних дел для проведения расследования.
- г) Приостановить приемку продукции, в которой обнаружены несоответствия, составить акт, вызвать представителя отправителя, продолжить приемку остальной части продукции.

5. Под упаковкой следует понимать:

- а) Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции.
- б) Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды.
- в) Средство или комплекс средств, обеспечивающих процесс обращения.

г) Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды, загрязнений, а также обеспечивающих процесс обращения.

6. Основные функции тары и упаковки:

- а) Хранение и защита товаров, информативность и эстетичность.
- б) Создание условий для механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ.
- в) Средство для выкладки и размещения в торговом зале.
- г) Все вышеперечисленные функции.

7. Маршруты централизованной доставки:

- а) Кольцевые.
- б) Маятниковые.
- в) Линейные.
- г) Кольцевые и линейные.

8. Централизованная доставка товаров в розничную сеть предусматривает:

- а) Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами райпо.
- б) Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами поставщика.
- в) Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами самих розничных предприятий.
- г) Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами транспортного предприятия.

9. На какие площади или зоны делится торговый зал:

- а) Установочную, площадь зоны расчетного узла.
- б) Установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.
- в) Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов.
- г) Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.

10. Торговое помещение магазина – это:

- а) Часть помещения магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг.
- б) Специально оборудованная часть помещения магазина, предназначенная для приема, хранения и подготовки товара к продаже.
- в) Часть помещения магазина, предназначенная для размещения технических служб и/или выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест, технологического и механического оборудования.
- г) Площадь торговых помещений магазина.

11. Считается, что наиболее приемлемые показатели коэффициентов установочной и демонстрационной площади торгового зала соответственно:

- а) 0,45 – 0,50 и 0,80 – 0,90.
- б) 0,27 – 0,3 и 0,70 – 0,75.
- в) 0,70 – 0,75 и 0,27 – 0,30.
- г) 0,50 и 0,80.

12. Права покупателя при продаже ему товара ненадлежащего качества.

- а) Безвозмездное устранение недостатков.
- б) Соразмерное уменьшение покупной цены.
- в) Замена на товар аналогичной или другой марки, расторжение договора и возврат денег.
- г) Все вышеперечисленные права.

13. Гарантийный срок товара и срок службы для сезонных товаров исчисляется:

- а) С даты производства сезонного товара.
- б) Согласно договору купли-продажи.
- в) С момента покупки сезонного товара.

г) С момента наступления соответствующего сезона.

14. Сроки для замены товара ненадлежащего качества со дня предъявления такого требования:

а) Замена производится в 7-дневный срок со дня предъявления требований потребителя.

б) В 20-дневный срок, если требуется дополнительная проверка качества.

в) В течение месяца, если товар для обмена отсутствует или по договору с покупателем.

г) Все вышеперечисленные сроки

15. Срок годности выполняет следующие функции:

а) Выполняет роль гарантийного срока, аналогичен ему.

б) Устанавливает возможность предъявления претензий в течение срока годности.

в) Устанавливает срок использования товара.

г) Запрещает продажу товара при истечении срока годности.

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
г	а	а	б	г	г	г	б	б	а	б	г	г	г	г

Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле

1. Маркетплейс - это ...

а) платформа для продажи товаров от различных поставщиков;

б) платформа для продажи услуг от различных поставщиков;

в) платформа, позволяющая выбрать товары различных поставщиков и оформить заказ на своей площадке;

г) площадка, где можно найти сведения о товарах, их характеристиках и ценах.

2. Участниками электронной торговли являются

а) юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) посредника в электронной торговле;

б) лица, оказывающие услуги по организации электронной торговли;

в) физические участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) посредника в электронной торговле;

г) физические и юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) посредника в электронной торговле.

3. В чем основное отличие учёта сейллера от держателя ПВЗ

а) сейллер не ограничен в получении дохода от продажи товара, а доход держателя ПВЗ напрямую зависит от количества выданного товара;

б) сейллер получает доход от продажи товара, а держатель ПВЗ получает комиссию за выдачу товара покупателям;

в) держатель ПВЗ зависит от продаж, произведенных сейллерами маркетплейса;

г) у сейллера с маркетплейсом договор-оферта, а у держателя ПВЗ договор комиссии.

4. Какой ОКЭД выбрать для работы на маркетплейсе?

а) 47191;

б) 47812;

в) 47910;

г) 49320.

5. Нужно ли пробивать контрольно- кассовый чек продавцу при продаже товара через площадку маркетплейса?

а) да;

б) нет;

в) нужно, если по условиям договора оферты продавец при продаже товара получает деньги самостоятельно;

г) нужно, если по условиям договора оферты продавец при продаже товара получает деньги переводом от маркетплейса.

6. Можно ли применять упрощенку, если товар продается через маркетплейсы или Каспи магазин?

а) нет, так как маркетплейс удерживает с продажи комиссию за услуги;

б) да, если соблюдены все условия данного налогового режима;

в) нет;

г) да.

7. Можно ли применять упрощенку, если являешься держателем ПВЗ?

а) да, если условия договора оферты не подходят под условия договора комиссии;

б) нет, если условия договора оферты подходят под условия договора комиссии;

в) нет, так как ПВЗ получают комиссионное вознаграждение от маркетплейса

г) да, так как по договору с маркетплейсом держатели ПВЗ оказывают услуги выдачи товара.

8. Если сейлдер продал товар через площадку маркетплейса за 100 тенге, а на расчетный счет маркетплейс отправил за минусом своей комиссии 90 тенге. Какая сумма в данном случае будет являться оборотом для отражения в налоговых отчетах сейлдера? При условии, что сейлдер не является плательщиком НДС

а) 110;

б) 90;

в) 100;

г) 89.

9. Что такое признак происхождения товара?

а) это признак, используемый при реализации товара на экспорт;

б) данный признак указывается при оформлении счет-фактуры;

в) это числовое обозначение, которое позволяет идентифицировать объект налогообложения (например, товар, работа, услуга) и страну его происхождения. Признак происхождения товара используется для прослеживания товаров на территории РК;

г) это признак, используемый при реализации товара на импорт.

10. ИП отправляет товар физлицам в ЕАЭС: признается ли экспортом?

а) не признается экспортом;

б) признается если сайлдер является плательщиком НДС;

в) признается экспортом;

г) признается только в целях исчисления КПП.

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	г	б	в	в	б	а	в	в	в

Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

1. Одним из принципов контрактной системы в сфере закупок является принцип обеспечения конкуренции, согласно которому:

а) в Российской Федерации обеспечивается свободный и безвозмездный доступ к информации о контрактной системе в сфере закупок;

б) контрактная система в сфере закупок направлена на создание равных условий для обеспечения конкуренции между участниками закупок. Любое заинтересованное лицо имеет возможность в соответствии с законодательством РФ и иными нормативными правовыми

актами о контрактной системе в сфере закупок стать поставщиком (подрядчиком, исполнителем)

в) контрактная система в сфере закупок предусматривает осуществление деятельности заказчика, специализированной организации и контрольного органа в сфере закупок на профессиональной основе с привлечением квалифицированных специалистов, обладающих теоретическими знаниями и навыками в сфере закупок;

г) заказчики при планировании и осуществлении закупок должны исходить из приоритета обеспечения государственных и муниципальных нужд путем закупок инновационной и высокотехнологичной продукции.

2. Какой вид электронной цифровой подписи используется для подписания электронных документов, предусмотренных Законом о контрактной системе?

- а) простой;
- б) сложной квалифицированной;
- в) усиленной неквалифицированной;
- г) усиленной квалифицированной

3. Установление заказчиком требования к обеспечению заявок является обязательным:

- а) при проведении конкурсов и аукционов;
- б) при проведении только конкурсов;
- в) при проведении только открытых конкурсов;
- г) при проведении только электронных аукционов.

4. Особенности описания отдельных видов объектов закупок могут устанавливаться:

- а) Правительством РФ;
- б) Министерством экономического развития РФ;
- в) Федеральной антимонопольной службой России;
- г) Федеральным казначейством РФ.

5. Порядок оценки заявок, окончательных предложений участников закупки, в т. ч. Предельные величины значимости каждого критерия, устанавливается:

- а) заказчиком, уполномоченным органом, уполномоченным учреждением;
- б) Правительством РФ, высшими исполнительными органами государственной власти субъектов РФ, местными администрациями;
- в) Президентом РФ;
- г) Правительством РФ.

6. При осуществлении закупки товара, работы или услуги, в соответствии с п. 9 ч. 1 ст. 93 Закона о контрактной системе, необходимо:

- а) разместить извещение на сайте ЕИС;
- б) уведомить о закупке контрольный орган в сфере закупок;
- в) провести с привлечением экспертов;
- г) заполнить отчет об обосновании закупки.

7. Максимальный срок ответа на требование об изменении или о расторжении договора:

- а) 10 дней;
- б) 14 дней;
- в) 21 день;
- г) 30 дней.

8. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30 августа 2017 г. No 1042 «Об утверждении правил определения размера штрафа, начисляемого в случае ненадлежащего исполнения заказчиком, неисполнения или ненадлежащего исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательств, предусмотренных контрактом...», за каждый факт неисполнения или ненадлежащего исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательств, предусмотренных контрактом, заключенным по результатам определения поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 30 Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок

товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», за исключением просрочки исполнения обязательств (в т. ч. гарантийного обязательства), предусмотренных контрактом, размер штрафа устанавливается в виде фиксированной суммы, определяемой в следующем порядке:

- а) 0,5 % цены контракта в случае, если цена контракта не превышает 3 млн руб.;
- б) 1,5 % цены контракта в случае, если цена контракта не превышает 3 млн руб.;
- в) 2 % цены контракта в случае, если цена контракта не превышает 3 млн руб.;
- г) 3 % цены контракта в случае, если цена контракта не превышает 3 млн руб.

9. Прокьюремент – это:

а) совокупность практических методов и приемов, позволяющих максимально обеспечивать потребности покупателя при проведении закупочной кампании посредством конкурсных торгов;

б) конкурентное состязание, которое организует государственный заказчик для выявления наилучших условий поставки продукции для государственных нужд среди участников – претендентов на подписание государственного контракта;

в) совокупность практических методов и приемов, а также инструментов, применяемых в процессе организации закупок муниципальными органами;

г) закупки, основанные на конкурсном размещении заказов.

10. К государственным заказчикам относят:

а) государственный орган (в т. ч. орган государственной власти), Государственную корпорацию по атомной энергии «Росатом», Государственную корпорацию по космической деятельности «Роскосмос», орган управления государственным внебюджетным фондом либо государственное казенное учреждение, действующие от имени Российской Федерации или субъекта РФ, уполномоченные принимать бюджетные обязательства в соответствии с бюджетным законодательством РФ от имени Российской Федерации или субъекта РФ и осуществляющие закупки для государственных и муниципальных нужд;

б) бюджетное учреждение;

в) автономное учреждение;

г) муниципальный орган или муниципальное казенное учреждение.

11. Участник закупки – это:

а) только юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала;

б) любое физическое лицо, обязательно зарегистрированное в качестве ИП;

в) государственный орган (в т. ч. орган государственной власти), Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом», орган управления государственным внебюджетным фондом либо государственное казенное учреждение;

г) любое юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в т. ч. зарегистрированное в качестве ИП.

12. Дайте понятие демпингу:

а) под демпингом в сфере государственных закупок понимается ценовая политика участника, предусматривающая намеренное занижение предлагаемой цены контракта на 10 % и более;

б) под демпингом в сфере государственных закупок понимается ценовая политика участника, предусматривающая намеренное занижение предлагаемой цены контракта на 15 % и более;

в) под демпингом в сфере государственных закупок понимается ценовая политика участника, предусматривающая намеренное занижение предлагаемой цены контракта на 20 % и более;

г) под демпингом в сфере государственных закупок понимается ценовая политика участника, предусматривающая намеренное занижение предлагаемой цены контракта на 25 % и более.

13. Согласно п. 4 ч. 23 ст. 68 Закона о контрактной системе, «шаг аукциона» должен составлять:

- а) до 5 % цены контракта;
- б) 10 % цены контракта;
- в) 100 руб.;
- г) 500 руб.

14. Действуют ли ограничения ч. 2 ст. 41 Закона о контрактной системе (эксперты) к составу приемочной комиссии?

- а) да, в обязательном порядке;
- б) нет;
- в) действуют в случаях, предусмотренных законодательством;
- г) да, в случае создания приемочной комиссии

15. Правила проведения обязательного общественного обсуждения закупок ТРУ для обеспечения государственных и муниципальных нужд утверждены:

- 1) в Постановлении Правительства РФ от 22 августа 2016 г. № 835;
- 2) в приказе МВД России от 26 октября 2017 г. № 808;
- 3) в Федеральном законе от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ;
- 4) в Федеральном законе от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ.

16. Заказчик планирует осуществить закупку дезинфекционных средств с начальной (максимальной) ценой контракта 102 000 рублей. Какие из нижеперечисленных способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя) он может применить:

- а) электронный аукцион;
- б) запрос котировок;
- в) запрос предложений;
- г) закупка у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с п. 4 ч. 1 ст. 93 Федерального закона № 44-ФЗ;
- д) закупка у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с п. 11 ч. 1 ст. 93 Федерального закона № 44-ФЗ; 6) открытый конкурс

17. 17.09.2021 контракт на поставку товаров был расторгнут по соглашению сторон. Определите число, которое является последним днем, предоставленным Заказчику, для направления информации о расторжении контракта с указанием оснований его расторжения в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий правоприменительные функции по кассовому обслуживанию исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации?

- а) 30.09.2021.
- б) 24.09.2021.
- в) 17.09.2021.
- г) 18.09.2021

18. Какой размер обеспечения заявки на участие в закупке целесообразно устанавливать, если начальная (максимальная) цена контракта составляет от одного миллиона рублей до пяти миллионов рублей:

- а) 1%-1,5 %
- б) 0,5%-1,5 %
- в) 0,5%-1 %

19. В какой срок заказчики по 44-ФЗ должны оплачивать контракты в электронных закупках, опубликованных с 1 июля 2022?

- а) до 7 календарных дней
- б) до 7 рабочих дней
- в) до 15 рабочих дней
- г) календарных дней

20. Кто может использовать иностранную валюту для определения и обоснования НМЦК?

- а) никто не может, запретили всем
- б) заказчик
- в) могут консульские учреждения, диппредставительства РФ
- г) могут заказчики, зарегистрированные на территории иностранного государства

21. За какое время заказчик должен сформировать проект контракта в запросе котировок по 44-ФЗ?

- а) 3 часа
- б) 1 рабочий день
- в) 3 рабочих дня
- г) 3 календарных дня

22. Что с 1 июля 2022 добавили в перечень документов, которые устанавливает Правительство?

- а) типовую форму независимой гарантии
- б) типовые условия контрактов
- в) перечень заказчиков, обязанных проводить закупку инновационной продукции
- г) образец первичного документа о приемке

23. В каких случаях должны применяться закрытые закупки?

- а) в закупках с гостайной
- б) в закупках заказчиков, попавших под санкции недружественных стран
- в) в закупках работ по исследованию и использованию космического пространства
- г) во всех перечисленных

24. Какие организации могут выдавать независимые гарантии? Укажите вариант с наиболее полным перечнем:

- а) банки, определенные Правительством, и Евразийский банк развития
- б) фонды содействия малому и среднему бизнесу
- в) госкорпорация развития «ВЭБ.РФ» и фонды содействия МСП
- г) банки из перечня Минфина, «ВЭБ.РФ», Евразийский банк развития и фонды содействия МСП

25. Что с 1 июля 2022 добавили в состав извещения и документации в конкурентных закупках по 223-ФЗ?

- а) краткое описание предмета закупки
- б) почтовый адрес в реквизитах заказчика
- в) сведения об обеспечении заявки и обеспечении исполнения контракта
- г) ничего не добавят, все останется, как прежде

26. Можно ли будет указывать страну происхождения товара в описании объекта закупки по 223-ФЗ?

- а) пока можно, но с 1 июля 2022 запретят
- б) да, с 1 июля 2022 будет можно
- в) будет можно только заказчикам, попавшим под санкции
- г) будет можно только в закупках у МСП

27. Что с 1 июля 2022 будет основанием для внесения участника в РНП по 44-ФЗ?

- а) участник принял необоснованное решение об одностороннем отказе от исполнения контракта
- б) участник не исполнил или ненадлежаще исполнил свои обязательства по контракту
- в) варианты «а» и «б»
- г) ни один вариант не подходит

28. До какого момента заказчикам по 44-ФЗ разрешили не устанавливать обеспечение исполнения контракта и гарантийных обязательств?

- а) до 31 декабря 2022
- б) до 1 июля 2022
- в) до 1 июля 2023
- г) до 31 декабря 2023

29. Начиная с 2022 года Федеральным законом №44-ФЗ предусмотрены преимущества по статьям 28 и 29 в размере?

- а) 10 %
- б) 10 %-15 %
- в) 15 %
- г) 15 %-20 %

30. Какой размер обеспечения исполнения контракта предусмотрен для победителя электронного аукциона с начальной (максимальной) ценой контракта 40 млн. руб., предложившего цену контракта 29,5 млн. руб., при установленном в извещении размере обеспечения исполнения контракта 5% от НМЦК в 2022 году?

- а) 15 % от НМЦК
- б) 10 % от НМЦК
- в) 5 % от НМЦК
- г) 5-10 % от НМЦК

Ключи к тестам

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

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90-100% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее чем на 50% от общего числа вопросов тестовых заданий

5. Фонд оценочных средств для экзамена (квалификационного)

1. Паспорт

Назначение: ФОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового кон-

	тракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Итоговый тест

1. Принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров:

- а) совместимость;
- б) взаимозаменяемость;
- в) эффективность;
- г) безопасность.

2. Объектом товароведения является:

- а) товар;
- б) продукция;
- в) услуга;
- г) потребности покупателей.

3. Метод упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем

расположения их в определенном порядке:

- а) систематизация;
- б) управление научным познанием;
- в) органолептический;

г) измерительный.

4. Рассчитайте контрольную цифру штрихового кода 456234072411?

- а) 0;
- б) 1;
- в) 4;
- г) 5.

5. Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары:

- а) новизна;
- б) устойчивость;
- в) полнота;
- г) структура

6. К общим факторам, влияющим на формирование ассортимента, относятся:

- а) сырьевая база;
- б) спрос;
- в) каналы распределения;
- г) рентабельность.

7. Рассчитайте коэффициент широты ассортимента, если в магазине находятся в продаже 12

наименований сметаны при 24 возможных наименований:

- а) 0,3;
- б) 1;
- в) 0,5;
- г) 1,5.

8. Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров:

- а) единичные;
- б) комплексные;
- в) базовые;
- г) определяющие

9. Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям:

- а) нестандартный;
- б) стандартный;
- в) брак;
- г) отход.

10. Определите степень значимости дефекта – несоответствие товаров установленным требованиям, которое может нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде:

- а) малозначительный дефект;
- б) значительный;
- в) критический;
- г) незначительный.

11. Укажите этапы предтоварной стадии:

- а) хранение и транспортирование;
- б) потребление;

- в) реализация товаров;
- г) приемочный контроль сырья.

12. Точечная проба – это...

- а) процент от объединенной пробы;
- б) совокупность проб, отобранных от одной партии товара;
- в) единичная проба определенного размера, отбираемая от одного места товарной партии;
- г) часть средней пробы, отправляемая для оценки качества в лабораторию.

13. Браковочное число – это...

- а) минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы или исходного образца, являющееся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству;
- б) часть объединенной пробы, выделенная для проведения лабораторных испытаний;
- в) максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы, или исходного образца, позволяющее принять решение о приемке товарной партии по качеству;
- г) число бракованной продукции в партии товаров.

14. Укажите факторы, формирующие качество товаров:

- а) упаковочные материалы;
- б) условия хранения;
- в) сырье;
- г) технология производства

15. Какая упаковка является жесткой:

- а) тканевая;
- б) деревянная;
- в) картонная;
- г) бумажная.

16. Укажите критерии санитарно-гигиенического режима хранения товаров:

- а) загрязнения минерального происхождения;
- б) температура хранения;
- в) товарное соседство;
- г) относительная влажность воздуха.

17. Определите способ размещения товаров- размещение путем подвешивания товаров на крюках, штангах, вешалках и других приспособлениях:

- а) навалый;
- б) насыпной;
- в) подвесной;
- г) тарный.

18. Товары со сроком годности от одного месяца до года относятся к:

- а) кратковременно хранящимся;
- б) товарам длительного хранения с ограниченным сроком годности;
- в) скоропортящимся товарам;
- г) товарам длительного хранения без ограничения срока.

19. Какие из перечисленных товарных потерь относятся к количественным:

- а) микробиологическая порча;
- б) усушка;
- в) распыл;
- г) биологические изменения.

20. Что относят к качественным ТСД: а) акт списания;

- б) акт отбора образцов;
- в) счет-фактура;
- г) качественное удостоверение.

Ключ к тесту:

Номер теста									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
в	а	а	г	б	б,г	в	а	б	в
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
г	в	а	в,г	б	а	в	б	б,в	г

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 91-100% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 81-90% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 51-80% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее чем на 50% от общего числа вопросов тестовых заданий.

Задание для экзаменуемого

Инструкция

Время выполнения задания – 2 академических часа (90 минут) без перерыва

Вы можете воспользоваться справочной литературой, информационными справочно-правовыми системами.

Письменно выполните практические задания и устно обоснуйте результат

Вариант № 1

1. Проведите экспресс-анализ рынка макаронных изделий, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребностей в макаронных изделиях, соответствие их запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку макаронных изделий в розничную торговую сеть.

Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ОАО «Донмакаронпром», в лице генерального директора Бадалянина А.Э., адрес: г. Москва, ул. Донная, д. 59, тел. (8495) 287-05-48, р/сч 471568108715 в Центральном банке г. Москва. Покупатель: Лиманское ПО, адрес: п. Лиман, Лиманского района, Астраханской области, ул. Ленина, д. 8, ИНН 6879100056, р/сч 891058869715 в ОАО Сбербанк г. Астрахани.

4. Укажите алгоритм проведения приёмки макаронных изделий по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено что макаронные изделия поступили в РТС 15 мая 2024 г. по договору поставщика 02 февраля 2024 г.

6. Рассчитайте товарные потери макаронных изделий группы А без добавок, поступивших в мешках массой по 25 кг в количестве 350 кг, если известно, что в розничной торговой сети она хранилась 6 месяцев.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 2

1. Проведите экспресс-анализ рынка крупы, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребностей в крупе, соответствие её запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку крупы в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ОАО «Астраханский мелькомбинат», адрес: г. Астрахань, ул. Рыбинская, д. 1, тел. (8512) 32-45-57 ИНН 8895678910, р/сч 42586795610 в ОАО «Банк ВТБ» г. Астрахань. Покупатель: ИП Сидоров В.Н., г. Астрахань, ул. Звездная, д. 18, тел. (8512) 25-00-12, р/сч 489910125714 в ОАО «Сбербанк России» г. Астрахань.

4. Укажите алгоритм проведения приёмки крупы по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных, если в процессе приёмки выявлено, что крупа ядрица быстрорастваривающейся поступила в РТС в мешках по 12 кг в количестве 60 кг, по договору – 168 кг.

6. Рассчитайте товарные потери крупы ядрицы быстрорастваривающейся 1 сорта, поступившей в мешках массой по 12 кг в количестве 168 кг, если известно, что в розничной торговой сети она хранилась 3 месяца.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 3

1. Проведите экспресс-анализ рынка мяса домашней птицы, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребностей в мясе домашней птицы, соответствие её запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку мяса домашней птицы в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ОАО «Астраханская птицефабрика», адрес: г. Астрахань, ул. Николаева, д. 8, ИНН 30781056, р/сч 4210451586781514 в ЗАО «ЕАТП Банк». Покупатель: ЗАО «Тандер», ул. Звездная, д. 34, ИНН 30748510, р/сч 421086789457 в ЗАО «Сбербанк России» г. Астрахань.

4. Укажите алгоритм проведения приёмки мяса домашней птицы по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что мясо цыплят бройлеров поступило в ненадлежащей упаковке, не замаркировано.

6. Рассчитайте товарные потери мяса цыплят-бройлеров, частично оттаявшего, упакованного в полимерную плёнку, поступившего в количестве 200 кг, если известно, что в розничной торговой сети после процесса замораживания оно хранилось 4 месяца.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 4

1. Проведите экспресс-анализ рынка рыбы мороженой, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребностей в рыбе мороженой, соответствие её запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку рыбы мороженой в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ОАО «Морозко», адрес: г. Астрахань, ул. Победы, д. 86, ИНН 30891086, р/сч 4810786614 в ЗАО «БанкВТБ» г. Астрахань. Покупатель: ЗАО Тандер Магнит, адрес: г. Астрахань, ул. Боевая, д. 89, тел. (8512) 50-67-99, р/сч 489910146789 в ЗАО «ЕАТП Банк».

4. Укажите алгоритм проведения приёмки рыбы мороженой по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что поступил сазан, мороженный в количестве 150 кг по цене 180 руб. за кг, по договору – 260 кг.

6. Рассчитайте товарные потери сазана мороженого, поступившего в количестве 90 кг, если известно, что до процесса продажи он хранился в розничной торговой сети 25 суток.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 5

1. Проведите экспресс-анализ рынка синтетических моющих средств, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребности в синтетических моющих средствах, соответствие их запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку синтетических моющих средств в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ОАО «Тайд», г. Москва, ул. Максаковой, ИНН 30871046, р/сч 456715681014 в ЗАО «ЕАТП Банк» г. Москва. Покупатель: ИП Петров В.С., г. Астрахань, ул. Мосина, д. 1, ИНН 3810456789, р/сч 487915101468 в ОАО «Сбербанк России» г. Астрахань.

4. Укажите алгоритм проведения приёмки синтетических моющих средств по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что порошок «Тайд» для ручной стирки поступил в количестве 20 штук по цене 410 рублей, по договору поставки – 40 штук.

6. Рассчитайте товарные потери синтетических моющих средств в количестве 150 штук.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 6

1. Проведите экспресс-анализ рынка столовых приборов и ножевых товаров, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребности в столовых приборах и ножевых товарах, соответствие их запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку столовых приборов и ножевых товаров в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: 31 31 ОАО «Морена», ул. Ленина, д. 50, ИНН 30546817, р/сч 4568101468 в ОАО «Банк Москвы». Покупатель: ЗАО «Море», г. Астрахань, ул. Баумана, д. 30, ИНН 30467810, р/сч 4312481056 в ЗАО «ЕАТП-Банк».

4. Укажите алгоритм проведения приёмки столовых приборов и ножевых товаров по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что столовые приборы поступили 10 мая 2024 г., по договору поставки – срок 01 апреля 2024 г.

6. Рассчитайте товарные потери столовых приборов в количестве 80 штук.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 7

1. Проведите экспресс-анализ рынка бытовой видеоаппаратуры, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребности в бытовой видеоаппаратуре, соответствие её запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку бытовой видеоаппаратуры в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ЗАО «Мвидео», г. Москва, ул. Краснопольская, д. 7, ИНН 68107814, р/сч 4810781014 в ЗАО «ВТБ-24».

4. Укажите алгоритм проведения приёмки бытовой видеоаппаратуры по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что видеокамеры поступили в РТС в количестве 10 штук, а по договору поставки – 25 штук.

6. Рассчитайте товарные потери видеоаппаратуры в количестве 45 штук.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Вариант № 8

1. Проведите экспресс-анализ рынка игрушек, реализуемых в магазинах г. Ставрополя и Ставропольского края на определение конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей, сделайте вывод.

2. Разработайте анкету по выявлению потребности в игрушках, соответствие их запросам покупателей для формирования торгового ассортимента.

3. На основании данных анализа анкеты оформите договор с контрагентом на поставку игрушек в розничную торговую сеть. Реквизиты для заполнения договора: Поставщик: ЗАО «Игрон», г. Москва, ул. Солнца, д. 58, ИНН 304815010, р/сч 4567108716 в ЗАО «Банк Москвы», тел. (8495) 67-10-46. Покупатель: ОАО «Бегемот», г. Астрахань, ул. Савушкина, д. 5, тел. (8512) 30-40-11.

4. Укажите алгоритм проведения приёмки игрушек по количеству и качеству.

5. Составьте претензию за невыполнение контрагентом договорных обязательств, если в процессе приёмки выявлено, что игрушки из пластмасс в количестве 50 штук поступили 15 мая 2024 г. по договору поставки – 15 апреля 2024 г.

6. Рассчитайте товарные потери игрушек из пластмассы в количестве 95 штук.

7. Разработайте мероприятия, направленные на ускорение оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь.

Перечень вопросов, входящих в экзамен по модулю:

1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках.

2. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке.

3. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле.

4. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару.

5. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка.
6. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия.
7. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре.
8. Методы изучения и прогнозирования спроса.
9. Организация хозяйственных связей в торговле.
10. Критерии поиска поставщиков.
11. Методы отбора поставщиков.
12. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности.
13. Требования к структуре и содержанию договора поставки.
14. Требования к спецификации.
15. Требования к протоколу разногласий.
16. Документальное подтверждение исполнения договоров.
17. Организация претензионной работы.
18. Условия внешнеторгового контракта.
19. Базисные условия поставки Incoterms- 2022
20. Документооборот внешнеторговых сделок:
21. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков.
22. Инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.
23. Риски, возникающие в результате взаимодействия коммерческой фирмы с поставщиками, производителями.
24. Риски, возникающие в результате получения и распространения информации.
25. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства.
26. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности.
27. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции.
28. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции.
29. Характеристика товарных бирж.
30. Характеристика деятельности торговых домов.
31. Характеристика деятельности аукционов.
32. Характеристика деятельности оптовых рынков.
33. Характеристика деятельности ярмарок и выставок.
34. Значение дистрибуции в распределении товаров.
35. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.
36. Классификация складов, требования к складскому хозяйству.
37. Специфика использования складских площадей:
38. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля.
39. Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью.
40. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле.
41. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды.
42. Классификация розничных торговых организаций.
43. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией.
44. Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей.
45. Специализация и типизация магазинов.
46. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах.
47. Современные форматы торговых предприятий.
48. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли.
49. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли.

50. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги.
51. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии.
52. Подготовка товаров к продаже.
53. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров.
54. Правила торговли.
55. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле.
56. Организации и управления торгово-технологическими процессами на маркетплейсах.
57. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
58. Состав субъектов закупок и их функции.
59. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС.
60. Требования к участникам закупки для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
61. Критерии к участникам закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
62. Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
63. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Экспертные организации.
64. Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок.
65. Правила описания объекта закупки.
66. Квотирование закупок.
67. Осуществление закупки у единственного поставщика для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
68. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта.
69. Общие требования и существенные условия контракта.
70. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме.
71. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме при закупке для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
72. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме.
73. Обеспечение исполнения контракта при закупке для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
74. Условия банковской гарантии при закупке для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
75. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.
76. Аудит и контроль в сфере закупок.
77. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.
78. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.
79. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций.
80. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.
81. Осуществление закупок в коммерческих организациях.
82. Контракты по закупкам в коммерческих организациях.
83. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок

Критерии оценки знаний студента на экзамене

Оценка **«отлично»** выставляется за ответ, который содержит исчерпывающее раскрытие всех вопросов (в пределах полученных знаний), развернутую аргументацию каждого вывода и утверждения, построен логично и последовательно, подкреплён примерами из разработанных уроков. Ответ должен продемонстрировать свободное владение нормами литературного языка и методической терминологией, содержать ссылки на освоенную учебную литературу.

Оценка **«хорошо»** выставляется за ответ, который содержит полное, но не исчерпывающее освещение всех вопросов, сокращённую аргументацию основных положений, допускает нарушение логики и последовательности изложения материала, а теоретические вопросы не подкрепляет иллюстративным материалом. В ответе допускаются стилистические ошибки, неточное употребление терминов.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за ответ, который содержит неполное освещение предложенных в билете вопросов, поверхностно аргументирует основные положения, в изложении допускает композиционные диспропорции, нарушения логики и последовательности изложения материала, не иллюстрирует теоретические положения примерами из разработанных конспектов уроков. Встречаются речевые ошибки, неправильное употребление терминов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за ответ, который содержит неправильное освещение поставленных вопросов, ошибочную аргументацию, фактические и речевые ошибки, допускает неверные умозаключения.

3. Пакет экзаменатора

Общее количество вариантов заданий – 8

Время выполнения каждого варианта заданий - 2 академических часа (90 минут) без перерыва

Оборудование: учебно-методическая и справочная литература.

Оценочные средства для проверки уровня сформированности компетенций

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Компетенция
Тестовые задания			
1.	Принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров: а) совместимость; б) взаимозаменяемость; в) эффективность; г) безопасность.	в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
2.	Объектом товароведения является: а) товар; б) продукция; в) услуга; г) потребности покупателей.	а	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
3.	Метод упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке: а) систематизация; б) управление научным познанием; в) органолептический; г) измерительный.	а	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
4.	Рассчитайте контрольную цифру штрихового кода 456234072411? а) 0; б) 1; в) 4; г) 5.	г	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
5.	Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары: а) новизна; б) устойчивость; в) полнота; г) структура	б	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
6.	К общим факторам, влияющим на формирование ассортимента, относятся: а) сырьевая база;	б, г	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6

	б) спрос; в) каналы распределения; г) рентабельность.		
7.	Рассчитайте коэффициент широты ассортимента, если в магазине находятся в продаже 12 наименований сметаны при 24 возможных наименований: а) 0,3; б) 1; в) 0,5; г) 1,5.	в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
8.	Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров: а) единичные; б) комплексные; в) базовые; г) определяющие	а	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
9.	Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям: а) нестандартный; б) стандартный; в) брак; г) отход.	б	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
10.	Определите степень значимости дефекта – несоответствие товаров установленным требованиям, которое может нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде: а) малозначительный дефект; б) значительный; в) критический; г) незначительный.	в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
11.	Укажите этапы предтоварной стадии: а) хранение и транспортирование; б) потребление; в) реализация товаров; г) приемочный контроль сырья.	г	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
12.	Точечная проба – это... а) процент от объединенной пробы; б) совокупность проб, отобранных от одной партии товара; в) единичная проба определенного размера,	в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6

	отбираемая от одного места товарной партии; г) часть средней пробы, отправляемая для оценки качества в лабораторию.		
13.	Браковочное число – это... а) минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы или исходного образца, являющееся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству; б) часть объединенной пробы, выделенная для проведения лабораторных испытаний; в) максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы, или исходного образца, позволяющее принять решение о приемке товарной партии по качеству; г) число бракованной продукции в партии товаров.	а	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
14.	Укажите факторы, формирующие качество товаров: а) упаковочные материалы; б) условия хранения; в) сырье; г) технология производства	в, г	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
15.	Какая упаковка является жесткой: а) тканевая; б) деревянная; в) картонная; г) бумажная.	б	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
16.	Укажите критерии санитарно-гигиенического режима хранения товаров: а) загрязнения минерального происхождения; б) температура хранения; в) товарное соседство; г) относительная влажность воздуха.	а	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
17.	Определите способ размещения товаров- размещение путем подвешивания товаров на крюках, штангах, вешалках и других приспособлениях: а) навалый; б) насыпной; в) подвесной; г) тарный.	в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
18.	Товары со сроком годности от одного месяца до года относятся к: а) кратковременно хранящимся; б) товарам длительного хранения с ограниченным сроком годности;	б	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6

	в) скоропортящимся товарам; г) товарам длительного хранения без ограничения срока.		
19.	Какие из перечисленных товарных потерь относятся к количественным: а) микробиологическая порча; б) усушка; в) распыл; г) биологические изменения.	б, в	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6
20.	Что относят к качественным ТСД: а) акт списания; б) акт отбора образцов; в) счет-фактура; г) качественное удостоверение.	г	ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.6

Критерии оценки

Оценка	Результаты выполнения задания	Отношение полученного количества баллов
«отлично»	выставляется если обучающийся выполнил 91%-100%	от 91 до 100
«хорошо»	выставляется если обучающийся выполнил 81%-90%	от 81 до 90
«удовлетворительно»	выставляется если обучающийся выполнил 51%-80%	от 51 до 80
«неудовлетворительно»	не выполнены условия оценки «удовлетворительно» 0%-50%	от 0 до 50

