

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА
ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): «Сервис транспортных средств»

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: заочная форма – 4 года 6 мес.

Вид учебной работы	Трудоемкость, часы (з.е.)
	Заочная форма
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	10(0,28)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	8(0,22)
• лекции	2(0,06)
• практические	6(0,17)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2(0,06)
2. Самостоятельная работа студентов, всего	163(4,53)
3. Промежуточная аттестация: экзамен	7(0,19)
Итого	180(5)

Салихова Р.Р. Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств: Рабочая программа учебной дисциплины (модуля). - Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2018 г. - 64 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность «Сервис транспортных средств» составлена Салиховой Р.Р., доцентом кафедры «Товароведение и технология общественного питания» Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Сервис», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «20» октября 2015 г. № 1169, и учебными планами по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Сервис транспортных средств» (год начала подготовки -2018).

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры товароведения и технологии общественного питания Казанского кооперативного института (филиала) от 16.05.2018, протокол № 9

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 23.05.2018, протокол №5

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 30.05.2018, протокол №7

© АНОО ВО ЦС РФ
«Российский университет
кооперации» Казанский
кооперативный институт
(филиал), 2018
© Салихов Р.Р., 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля).....	4
2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).....	4
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной нагрузки	5
5. Содержание дисциплины (модуля).....	5
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля).....	5
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)	9
5.3. Разделы учебной дисциплины (модуля) и виды занятий	9
6. Лабораторный практикум.....	10
7. Практические занятия (семинары).....	10
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ).....	10
9. Самостоятельная работа студента	10
10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	12
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):.....	13
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости).....	13
14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	14
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	14
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии.....	15
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	17
1. Паспорт фонда оценочных средств.....	18
1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.....	18
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах), участвующих в формировании данной компетенции	18
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции.....	18
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания	20
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации	22
2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации	22
2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации.....	27
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине.....	29
2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине	34
2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине.....	35
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	36
КЕЙС-ЗАДАЧИ	37
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	46
КОМПЛЕКТ ЗАДАЧ.....	49
РАЗНОУРОВНЕВЫЕ ЗАДАЧИ.....	51
ТЕМЫ ДОКЛАДОВ	56
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №1	59
КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №2	62

1. Цели, задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов управленческого мышления, способности решать хозяйственные, социальные и психологические проблемы с использованием современных приемов и средств; овладение навыками коммерческой деятельности; формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Сервис»

Задачи дисциплины:

- дать представление о сущности коммерческой деятельности на предприятиях торговли;
- дать представление о предприятии торговли, особенностях размещения, используемой материально-технической базе и технической оснащенности;
- исследовать содержание и технологию оперативных процессов на предприятиях с учетом вида их хозяйственной деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;
- изучить организацию и технологию продаж и сервисного обслуживания клиентов;
- изучить основные направления установления и рационализации хозяйственных взаимоотношений в системе сервисных услуг, порядок установления хозяйственных связей;
- научить студентов ориентироваться в области организации сервисных услуг.

2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин блока Б1 «Дисциплины (модули)»

Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Математика (ОК-5);

Менеджмент в сервисе (ОПК-3, ПК-2).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей компетенции:

ПК-2 - готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры

рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства.

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
ПК-2	Знать основы планирования производственно-хозяйственной деятельности	Доклад
	Уметь оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса	Кейс задачи Задачи Разноуровневые задачи
	Владеть приемами систематизации экономических и социально-экономических показателей	Контрольная работа

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной нагрузки

заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	Часов	
	Всего	За курс
Контактная работа обучающихся с преподавателем:	10	10
Аудиторные занятия всего, в том числе:	8	8
Лекции	2	2
Практические занятия	6	6
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2
Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	163	163
Другие виды самостоятельной работы:	163	163
Домашнее задание	163	163
Вид промежуточной аттестации – экзамен	7	7
ИТОГО:	Часов	180
Общая трудоемкость	Зач.ед.	5

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса

1. Этапы развития коммерческой деятельности.
2. Сущность и понятие коммерческой деятельности предприятий сервиса.
3. Понятия “сервис” и “коммерция”, их взаимосвязь и разграничение.
4. Сущность и роль коммерческой деятельности предприятий сервиса, ее цели и задачи в условиях перехода к рыночной экономике.

5. Особенности формирования рыночной экономики в современных условиях.

Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере сервиса. Их виды и характеристики

1. Предмет, объект, субъекты коммерческой деятельности.
2. Роль и задачи курса в повышении эффективности деятельности торговых организаций, качества торговых услуг.
3. Виды и характеристики торговых услуг.
4. Субъекты коммерческой деятельности и их организационно-правовые формы,
5. Объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика.

Тема 3. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке торговых услуг

1. Коммерческие операции и сделки купли-продажи услуг.
2. Сущность и виды договора. Договоры, применяемые в работе с поставщиками и посредниками.
3. Основные этапы заключения и реализации договора.
4. Коммерческий риск.

Тема 4. Коммерческая тайна и ее правовая защита

1. Понятие «государственная» и «коммерческая» тайна.
2. Нормы законодательства, регулирующие коммерческую тайну.
3. Виды информации, составляющие коммерческую тайну.
4. Порядок установления регулирования и контроля коммерческой тайны на предприятии. Порядок обеспечения сохранения коммерческой тайны сотрудниками, СМИ.
5. Соблюдение коммерческой тайны при переговорах.

Тема 5. Организация хозяйственных связей в торговле

1. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в сфере услуг.
2. Развитие системы регулирования хозяйственных связей в сфере услуг.
3. Договор поставки и его значение.
4. Структура договора поставки.
5. Порядок оформления текста договора.
6. Порядок установления количества и ассортимента поставляемых товаров.
7. Организация прямых договорных связей торговых организаций с промышленными предприятиями и их эффективность.

Тема 6. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров

1. Сущность закупочной работы в условиях перехода к рынку.
2. Источники и поставщики товаров на предприятия сферы услуг.
3. Классификация поставщиков товаров: поставщики – изготовители и поставщики – посредники, организаторы оптового товарооборота.
4. Изучение источников закупки товаров.
5. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Выбор поставщика.
6. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках (выставках – ярмарках). Виды ярмарок, выставок. История развития ярмарочно - выставочной деятельности.
7. Реклама на выставках и ярмарках. Этапы участия в выставках и ярмарках.

Тема 7. Организация коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров

1. Оптовая продажа товаров – составная часть коммерческой работы оптового покупателя.
2. Нахождение рынков сбыта товаров. Маркетинговые решения оптовика.
3. Виды оптового оборота по продаже товаров при транзитном обороте.
4. Организация и методы оптовой продажи товаров при складском обороте.

Тема 8. Организация коммерческой деятельности по розничной продаже товаров и услуг

1. Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях сферы услуг.
2. Маркетинговые решения розничного торговца.
3. История становления розничной продажи товаров.
4. Классификация организаций розничной торговли.
5. Методы торговли. Продажа товаров через прилавок. Самообслуживание. Роль продавца при использовании различных методов торговли. Современные методы розничной продажи.
6. Торговые услуги.

Тема 9. Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами в сфере сервиса

1. Понятие об ассортименте и торговой номенклатуре товаров. Производственный и торговый ассортимент.
2. Групповой и внутригрупповой ассортимент. Товары простого и сложного ассортимента.
3. Принципы формирования ассортимента товаров на предприятиях

оптовой торговли. Порядок составления и утверждения ассортиментных перечней товаров на складах в зависимости от типа и мощности оптовых баз.

4. Факторы, определяющие построение ассортимента товаров на розничных предприятиях. Принципы и этапы формирования ассортимента товаров в магазине. Показатели ассортимента.

5. Роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента.

6. Управление товарными запасами на складах и магазинах.

Тема 10. Организация рекламной деятельности в сфере услуг

1. Основные направления рекламной деятельности организации. Классификация видов рекламы. Рекламная кампания: понятие, классификация.

2. Постановка целей рекламной кампании: качественные и количественные.

3. Стиль рекламного сообщения.

4. Выбор средств в рекламе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Реклама в печатных СМИ. Наружная реклама. Интернет реклама. Новые виды рекламы.

5. Медиапланирование: понятие, принципы, основные этапы разработки. Виды графиков размещения рекламы.

6. Контроль за проведение рекламной кампании. Оценка эффективности рекламы.

Тема 11. Лизинг и франчайзинг

1. Сущность и понятие финансового лизинга, его объекты. Формы финансового лизинга. И их характеристика. Этапы и общая схема лизингового процесса. Порядок заключения договора лизинга.

2. Правовое регулирование лизинговой деятельности.

3. Сущность франчайзинга. И его роль в развитии малого бизнеса. Виды франчайзинга. Развитие франчайзинга в России.

4. Правовое регулирование франчайзинга в России.

Тема 12. Регулирование коммерческой деятельности в сфере сервиса.

1. Государственное регулирование коммерческой деятельности, его сущность, цели и задачи, лицензирование отдельных видов деятельности, товарные знаки и знаки обслуживания, регулирование договорных отношений, регулирование рекламной деятельности.

Тема 13. Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса

1. Взаимосвязь и взаимозависимость коммерции и конечных результатов деятельности предприятия сервиса.

2. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия

сервиса.

3. прогнозирование спроса и предложения на услуги.
4. Планирование издержек и финансовых результатов деятельности предприятий сервиса

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств» формирует ПК-2 компетенцию, необходимую в дальнейшем для формирования компетенций ПК-11.

5.3. Разделы учебной дисциплины (модуля) и виды занятий

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса.	0,5	1	7	8,5
2	Субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере сервиса. Их виды и характеристики.	-	-	10	10
3	Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке сервисных услуг.	-	1	10	11
4	Коммерческая тайна и ее правовая защита	-	-	10	10
5	Организация хозяйственных связей в торговле	0,5	1	10	11,5
6	Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров	-	1	10	11
7	Организация коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров	-	-	10	10
8	Организация коммерческой деятельности по розничной продаже товаров и услуг	1	1	10	12
9	Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами в сфере сервиса	-	-	10	10
10	Организация рекламной деятельности в сфере услуг	-	-	10	10
11	Лизинг и франчайзинг	-	-	10	10
12	Регулирование коммерческой деятельности в сфере сервиса	-	-	10	10
13	Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса.	-	1	10	11
	ИТОГО:	2	6	127	135

6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса.	Роль коммерческой деятельности в сфере сервиса	1
2	Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке сервисных услуг	Сущность хозяйственных связей. Договор поставки: сущность, принципы и правила его заключения	1
3	Организация хозяйственных связей в торговле	Поставщики и их значение в системе хозяйственных связей.	1
4	Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров	Роль оптовой торговли в системе общественного воспроизводства, организация закупки товаров в оптовой торговле	1
5	Организация коммерческой деятельности по розничной продаже товаров и услуг	Сущность розничной торговли. Методы торговли, сущность торговых услуг	1
6	Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса.	Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли	1
	ИТОГО:		6

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ).

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебным планом.

9. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса.	Домашнее задание/ Конспект темы	Устный опрос, обсуждение подготовленных вопросов, тестирование
2	Субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере сервиса. Их виды и характеристики.	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
3	Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке сервисных услуг.	Домашнее задание/подготовка к деловой игре	Решение задач

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
4	Коммерческая тайна и ее правовая защита	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Устный опрос, тестирование
5	Организация хозяйственных связей в торговле	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
6	Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
7	Организация коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
8	Организация коммерческой деятельности по розничной продаже товаров и услуг	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач, решение кейса
9	Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами в сфере сервиса	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
10	Организация рекламной деятельности в сфере услуг	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Решение задач
11	Лизинг и франчайзинг	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Устный опрос, тестирование
12	Регулирование коммерческой деятельности в сфере сервиса	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Устный опрос, тестирование
13	Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса.	Домашнее задание/проработка конспекта лекций	Контрольная работа

10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения, представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине используются следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература:

1. Организация предпринимательской деятельности на транспорте: Учебное пособие / Н.А. Логинова, Х. Първанов. -М.:НИЦ Инфра-М, 2013. - 262 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/35684>

2. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие/Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502697>

б) дополнительная литература:

1. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254003>

2. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 248 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/376841>

11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля):

а) нормативные документы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред.от 21.07.2014)// Собрание законодательства РФ. – 1994. - №32. – Ст.3301. - . – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146–ФЗ (ред. от 28.06.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. – Ст.3824. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117–ФЗ (ред. от 21.07.2014). // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 32. – Ст. 3340. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

5. Об акционерных обществах: Федер. закон от 26.12.1995 № 208–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1. – Ст. 1. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

б) основная литература:

1. Организация предпринимательской деятельности на транспорте: Учебное пособие / Н.А. Логинова, Х. Първанов. -М.:НИЦ Инфра-М, 2013. -

262 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/35684>

2. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие/Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502697>

в) дополнительная литература:

1. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254003>

2. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 248 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/376841>

12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
3. <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
4. <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
5. <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
6. <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
 - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)
 - b. Windows 8
2. Система тестирования INDIGO.
3. Консультант + версия проф.- справочная правовая система
4. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
5. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств» состоит из 13 тем и изучается на лекциях, практических занятиях и при самостоятельной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических навыков со студентами проводятся практические занятия. В ходе практических занятий разбираются основные и дополнительные теоретические вопросы решаются практические задачи, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к

практическим занятиям. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы, а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к экзамену по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации полученных знаний, умений и навыков.

16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

а) для текущей успеваемости: кейс-задачи, контрольная работа, задачи, разноуровневые задачи, доклад;

б) для самоконтроля обучающихся: тесты;

в) для промежуточной аттестации: вопросы для экзамена.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств» используются следующие образовательные технологии:

1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;

2) обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами докладов)

3) решение кейс-задач

№	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.
1	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса. Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды)	1	-
2	Тема 3. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке сервисных услуг Виды: Практические занятия с применением следующих	-	1

№	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.
	технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами докладов) - решение кейс-задач		
3	Тема 13. Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса Виды: Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами докладов) - решение кейс-задач	-	1
	Итого:	1	2

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА
ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность: «Сервис транспортных средств»

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Индекс	Формируемая компетенция
ПК-2	готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства

1.2 Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах), участвующих в формировании данной компетенции

1.2.1 Компетенция ПК-2 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Основы предпринимательской деятельности

Менеджмент в сервисе

Бизнес-планирование предприятий сервиса

Финансовая деятельность предприятий сервиса транспортных средств

Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Производственная практика. Преддипломная практика

1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

№	Код контролируемой компетенции	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-2	Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса	Кейс-задачи Контрольная работа Задачи Разноуровневые задачи Доклад
		Субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере сервиса. Их виды и характеристики	
		Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке торговых услуг	
		Коммерческая тайна и ее правовая защита	
		Организация хозяйственных связей в торговле	
		Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров	
		Организация коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров	
		Организация коммерческой деятельности по розничной продаже товаров и услуг	
		Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами в сфере сервиса	
		Организация рекламной деятельности в сфере услуг	
		Лизинг и франчайзинг	

№	Код контролируемой компетенции	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства
		Регулирование коммерческой деятельности в сфере сервиса.	
		Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса	

Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции (ПК-2) определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,

степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах. Общее количество баллов (макс. - 15 б.) складывается из:

5 баллов (33,3% от общей оценки) за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»,

5 баллов (33,3% от общей оценки) за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»,

3 балла (20% оценки) за ответы на теоретические вопросы,

2 балла (13,3% оценки) за ответы на дополнительные вопросы.

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

1.4 Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) 4б	Средний (с незначительными и замечаниями) 3б	Низкий (на базовом уровне, с ошибками), 2б	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) 1б	
Теоретические показатели						
ПК-2	Знает основы планирования производственно-хозяйственной деятельности <hr/> Доклад	Верно и в полном объеме знает основы планирования производственно-хозяйственной деятельности	С незначительными замечаниями знает основы планирования производственно-хозяйственной деятельности	На базовом уровне, с ошибками знает основы планирования производственно-хозяйственной деятельности	Не знает основы планирования производственно-хозяйственной деятельности	5
Практические показатели						
ПК-2	Умеет оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса <hr/> Кейс-задачи, задачи, разноуровневые задачи	Верно и в полном объеме может оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса	С незначительными замечаниями может оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса	На базовом уровне, с ошибками может оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса	Не может оценивать конъюнктуру рынка, спрос потребителей, планировать объем производства на предприятиях сервиса	5
Владеет						
ПК-2	Владеет приемами систематизации экономических и социально-экономических показателей	Верно и в полном объеме владеет приемами систематизации	С незначительными замечаниями владеет приемами систематизации	На базовом уровне, с ошибками владеет приемами систематизации экономических и	Не владеет приемами систематизации экономических и	5

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого
		Высокий (верно и в полном объеме) 4б	Средний (с незначительными и замечаниями) 3б	Низкий (на базовом уровне, с ошибками), 2б	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) 1б	
	Контрольная работа	экономических и социально-экономических показателей	экономических и социально-экономических показателей	социально-экономических показателей	социально-экономических показателей	
						15

Шкала оценивания:

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	13-15	Высокий
хорошо	11-12	Хороший
удовлетворительно	8-10	Достаточный
неудовлетворительно	7 и менее	Недостаточный

2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации

2.1. Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Социально-экономические факторы развития сервиса.
2. Виды предприятий сферы сервиса.
3. Градация предприятий сферы сервиса по классности предоставляемых услуг.
4. Преимущества и недостатки специализации сервисных услуг
5. Признаки конкурентоспособности услуги.
6. Структура предприятий сферы сервиса.
7. Достоинства и недостатки малых предприятий.
8. Преимущества и недостатки крупных компаний.
9. Компоненты сервисной системы.
10. Элементы оказания услуг и их взаимодействие.
11. Ресурсы производственной системы сервисной фирмы.
12. Дать понятие производительной и социальной инфраструктуры.
13. Роль инфраструктуры в обеспеченности основной деятельности организации.
14. Роль предметно-пространственной среды в формировании имиджа сервисной фирмы.
15. Проблемы, возникающие при оказании услуг
16. Дать определение модель предложение.
17. Принципы организации обслуживания потребителей.
18. Какими показателями можно характеризовать уровень организации обслуживания клиентов.
19. Методы и формы обслуживания.
20. Правила работы с клиентами.
21. Классификация форм обслуживания.
22. Градация услуг по классности.
23. Факторы негативного восприятия предприятий сферы сервиса.
24. Противоречия между интересами предприятия и клиентами.
25. Дать понятие «моменты истины».
26. Требования к режиму работы сервисной фирмы.
27. Слагаемые культуры обслуживания.
28. Способы приема заказов и заявок на услуги.
29. Методы организации взаимодействия с потребителями.
30. Факторы положительного действия на развитие услуг.
31. Факторы отрицательного действия на развитие сферы сервиса.
32. Ощущаемые риски потребителей услуг.

33. Психологические мотивы и объективные критерии выбора услуг клиентами.
34. Отличительные особенности труда работников сферы сервиса.
35. Профильная характеристика компетенций сотрудников сервисной фирмы.
36. Отбор и тестирование персонала сервисной фирмы.
37. Источники рекрутинга персонала сервисной фирмы.
38. Особенности труда сотрудников контактной зоны.
39. Потенциальные и реальные характеристики качества труда персонала.
40. Формы и методы обучения персонала.
41. Способы и методы привлечения эффективной рабочей силы.
42. Факторы оказывающие влияние на формирование товарной политики фирмы.
43. Принципы планирования ассортимента.
44. Виды жизненных циклов услуги.
45. Компоненты психологической упаковки услуги.
46. Критерии оптимальности уровня обслуживания.
47. Виды рисков продуцентов услуг.
48. Отличительные особенности основных, вспомогательных и поддерживающих услуг.
49. Типы новинок и их характеристика.
50. Типы новых услуг по характеру новизны.
51. Типы новых услуг по отношению к продукту.
52. Причины успеха новых предложений.
53. Методы отбора и оценки идей нововведений.
54. Сущность стратегии диверсификации услуг.
55. Сущность стратегии дифференциации услуг.
56. Классификация экономических параметров сервиса.
57. Влияние потребительской среды на формирование товарной политики.
58. Прогрессивные формы обслуживания клиентов.
59. Виды издержек сервисных фирм.
60. Виды прямых затрат на производство сервисной услуги.
61. Косвенные затраты сервисных фирм.
62. Факторы ценообразования номинальных цен.
63. Достоинства и недостатки затратных методов ценообразования.
64. Характеристика рыночных методов ценообразования.
65. Виды скидок с номинальных цен на услуги.
66. Виды наценок к номинальным ценам на услуги.
67. Факторы, влияющие на ценовую политику сервисной фирмы.
68. Расчет себестоимости единицы услуг.
69. Проблемы восприятия цен на услуги клиентами.
70. Характеристика факторов ценообразования на рынке услуг.
71. Преимущества и недостатки стратегии низких цен.

72. Преимущества и недостатки высоких цен.
73. Эластичность цен – как аспект ценовой политики.
74. Виды тарифов и цен на услуги.
75. Характеристика «брешей» в обслуживании.
76. Функциональное и технологическое качество сервисной услуги.
77. Особенности и проблемы оценки качества услуг.
78. Показатели качества услуги.
79. Факторы, определяющие выбор и установление требований и показателей качества.
80. Технические аспекты проявления качества услуг.
81. Экономические аспекты проявления качества услуг.
82. Социальные аспекты проявления качества услуг.
83. Базовые потребительские ценности услуг.
84. Дополнительные потребительские ценности услуг.
85. Внутренние и внешние факторы, влияющие на качество услуг.
86. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителя.
87. Восемь принципов системы менеджмента качества.
88. Критерии качества услуг.
89. Восстановление услуги как способ повышения качества.
90. Принципы всеобщего качества.

Типовые контрольные задания

1. Как Вы понимаете термин «коммерческая деятельность»?
2. Какие операции включает коммерческая деятельность?
3. Что Вы понимаете под термином «неустойка», как она рассчитывается?
4. Какие виды расчетов бывают?
5. Опишите процедуру заключения и расторжения договоров?
6. Чем отличаются такие формы сбыта как прямая и личная продажа?
7. Какие взаимоотношения включают в себя коммерческие связи?
8. Как можно организовать сбыт продукции?
9. В чем состоит разница между оптовой и розничной торговлей?
10. Каким образом можно их организовать?
11. Какими способами может быть организована прямая продажа на предприятии?
12. По каким показателям можно оценить эффективность коммерческой деятельности?
13. Какие показатели бухгалтерские или финансовые можно использовать для ее расчета?
14. Отличаются ли показатели эффективности в сфере торговли и сфере производства?
15. На основе каких показателей можно оценить сбыт?

Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:

1. Выберите наиболее правильное описание сущности термина «мерчандайзинг»:

- а) ценовая модель расчета за рекламу
- б) комплекс мероприятий стимулирования потребителей с целью продвижения товара
- в) комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки
- г) глубокая дифференциация товара в сфере торговли .

2. Что из нижеперечисленного не является задачей мерчандайзинга?

- а) убедиться, что товар чистый
- б) заменить перегоревшие лампочки в витрине
- в) убедиться, что товар выложен по стандарту
- г) обновить ассортимент, представленный в торговом зале для продажи.

3. Рентабельность ОПФ – это:

- а) отношение прибыли к стоимости ОПФ
- б) отношение количества нового оборудования к общему количеству оборудования
- в) отношение товарооборота к торговой площади

4. Отношение стоимости ОПФ к численности работников – это:

- а) фондооснащенность
- б) фондоотдача

5. Укажите эффективные направления коммерческой деятельности торгового посреднического звена:

- а) оптимизация коммерческих связей и закупочной деятельности;
- б) расширение объемов сбыта/продаж товаров и услуг;
- в) диверсификация направлений коммерческой деятельности;
- г) оказание «скорой помощи» производителям продукции

6. Завоз товаров торговым предприятием должен осуществляться в соответствии:

- а) со спросом;
- б) с территориальной удаленностью изготовителя от магазина;
- в) с типом торгового предприятия;
- г) с ассортиментным перечнем магазина

Литература для подготовки к экзамену:

а) нормативные документы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред.от 21.07.2014)// Собрание законодательства РФ. – 1994. - №32. – Ст.3301. - . – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146–ФЗ (ред. от 28.06.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. – Ст.3824. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117–ФЗ (ред. от 21.07.2014). // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 32. – Ст. 3340. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

5. Об акционерных обществах: Федер. закон от 26.12.1995 № 208–ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 1. – Ст. 1. – КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2014].

б) основная литература:

1. Организация предпринимательской деятельности на транспорте: Учебное пособие / Н.А. Логинова, Х. Първанов. -М.:НИЦ Инфра-М, 2013. - 262 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/35684>

2. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие/Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502697>

в) дополнительная литература:

1. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254003>

2. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 248 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/376841>

Промежуточная аттестация

2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность: «Сервис транспортных средств»

Дисциплина: «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Понятие, сущность, задачи коммерческой деятельности
2. Факторы, влияющие на выбор посредника
3. Товарооборот автосалона на год по плану – 700 млн руб., плановый уровень издержек обращения составляет 4,4 %. Фактический товарооборот составил 721 млн руб., сумма издержек обращения – 30 млн руб. Определите сумму экономии (или перерасхода) от снижения (или повышения) уровня издержек обращения.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №2

1. Особенности деятельности посредников на рынке
2. Основные принципы организации и управления коммерческой деятельностью на рынке
3. Товарооборот автосервиса на год по плану на месяц – 10 млн руб., фактически – 12 млн руб. Средний уровень торговых надбавок на услуги по плану – 35 %, фактически – 40 %. Определите валовой доход по плану и фактически (в руб.); сверхплановую сумму валового дохода (в руб.); влияние изменения товарооборота на объем валового дохода.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3

1. Методы организации и управления коммерческой деятельности.
2. Виды посредников.
3. Товарооборот автосервиса за отчетный год составил 5 050 тыс. руб., издержки обращения – 3 604 тыс. руб. На планируемый год объем товарооборота увеличится на 12 %, уровень издержек обращения снизится на 10 %. Определите уровень и сумму издержек обращения автосервиса в планируемом году .

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №4

1. История развития коммерческой деятельности в России
2. Сбытовые системы
4. Товарооборот автосервиса за отчетный год составил 505 млн руб., издержки обращения – 36,4 млн руб. На планируемый год объем товарооборота увеличится на 12 %, уровень издержек обращения снизится на 10 %. Определите уровень и сумму издержек обращения автосервиса в планируемом году.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №5

1. Условия поставки материальных ресурсов
2. Изучение рынка сырья и материалов
3. Магазин автозапчастей, состоящий из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2015 г. составили 13 млн.руб. В 2016 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй – на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза. Рассчитать величину прибыли каждой секции: 1) в прошлом году, 2) в этом году .

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №6

1. Принципы формирования ассортиментной политики организаций.
2. Расчет цены торгового предприятия.
3. Выручка от продажи продукции составила 80 млрд.руб., торговые издержки 16 млрд.руб. оплата труда рабочих предприятия – 30 млрд.руб., расходы на ведение коммерческой деятельности 22 млрд.руб., операционные расходы 5 млрд.руб. Необходимо рассчитать: 1) прибыль, 2) рентабельность.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №7

1. Нормативно-правовые аспекты, регулирующие коммерческую деятельность в РФ
2. Форма взаимодействия продавцов и покупателей на рынке
3. Годовая потребность в определенном виде сырья, определяющая объем его закупки, составляет 1 млрд руб. Размер текущих затрат по размещению заказа, доставке товаров и их хранению в расчете на одну поставляемую партию составляет 12 млн руб. Размер текущих затрат по хранению единицы запаса составляет 6 млн руб. в год. Определите оптимальный размер партии поставки, при котором минимизируются совокупные текущие затраты по обслуживанию запасов.

Промежуточная аттестация
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность: «Сервис транспортных средств»
Дисциплина: «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств»

Тестовые задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

Вопрос 1. Основные коммерческие операции представляют собой

- а) обмен товарами и услугами
- б) обмен научно-техническими знаниями
- в) перевозка грузов
- г) транспортно-экспедиционное обслуживание
- д) страхование грузов
- е) -ведение расчетов

Вопрос 2. Предметы коммерческой деятельности

- а) купля-продажа товаров
- б) товарно-денежный обмен
- в) рынок товаров
- г) сфера обращения
- д) управление организация

Вопрос 3. Отрасли социально-культурной сферы

- а) бытовое обслуживание населения
- б) образование
- в) культура
- г) посреднические фирмы
- д) банки
- е) транспорт и связь
- ж) материально-техническое обеспечение

Вопрос 4. Субъекты рыночной инфраструктуры как сферы применения коммерческой деятельности

- а) страховые компании
- б) банки

- в) консалтинговые организации
- г) налоговые и таможенные службы
- д) бытовое обслуживание населения
- е) транспорт и связь
- ж) материально-техническое обеспечение

Вопрос 5. Последовательность согласования условий договора комиссии комиссионером

- а) комиссионное вознаграждение
- б) выгодные условия исполнение поручения комиссионером для комитента
- в) условия отступления комиссионером от указаний комитента
- г) права на вещи, являющиеся предметом комиссии
- д) отчет комиссионера

Вопрос 6. Последовательность выполнения обязанностей правообладателем по договору коммерческой концессии (франчайзингу)

- а) передача пользователю технической и коммерческой документации и иной информации для осуществления прав по договору
- б) выдача пользователю лицензии и обеспечение ее оформления в установленном порядке
- в) обеспечение регистрации договора коммерческой концессии
- г) оказание постоянного технического и консультационного содействия, обучение и повышение квалификации работников
- д) контроль качества товаров (работ, услуг)

Вопрос 7. Последовательность согласования обязанностей агента по агентскому договору

- а) оговорка о не конкуренции
- б) оговорка о минимальном обороте
- в) оговорка делькредере
- г) осуществление рекламы и послепродажного техобслуживания
- д) предоставление информации и отчетности принципалу

Вопрос 8. Последовательность согласования прав и обязанностей принципала по агентскому договору

- а) сообщение агентом принципалу условий заключаемых сделок
- б) контроль над ценами по сделкам
- в) регистрация торговых марок
- г) предоставление агенту образцов, каталогов, рекламных средств

Вопрос 9. Последовательность согласования условий уплаты вознаграждения агенту принципалом

- а) определение размера вознаграждения
- б) уплата вознаграждения по цене, установленной соглашением

в) установление порядка уплаты вознаграждения агенту

Вопрос 10. Последовательность согласования условий агентского договора

- а) агентское вознаграждение
- б) ограничение прав принципала и агента
- в) обязанности агента
- г) обязанности принципала
- д) отчеты агента

Вопрос 11. Последовательность выполнения обязанностей пользователем по договору коммерческой концессии (франчайзингу)

- а) использование фирменного наименования правообладателя
- б) обеспечение точного соответствия качества товаров (работ, услуг) пользователем качеству аналогичных товаров (работ и услуг) правообладателя
- в) соблюдение инструкции и указаний правообладателя
- г) не разглашение секретов производства правообладателя и коммерческой информации
- д) информирование покупателей (заказчиков) о том, что он использует комплекс исключительных прав по договору коммерческой концессии

Вопрос 12. Возмещение расходов комитентом комиссионеру на исполнение поручения включает

- а) комиссионное вознаграждение
- б) дополнительное вознаграждение за делькредере
- в) расходы на хранение
- г) расходы на реализацию

Вопрос 13. Соответствие между выгодами, которые получает лицензиар и лицензиат от купли-продажи патентной лицензии

- а) выгоды лицензиара
- б) выгоды лицензиата
- в) получает дополнительные прибыли от продажи патентной лицензии
- г) получает прибыль от продажи изделий в 3-4 раза больше, чем затраты на покупку патентной лицензии

Вопрос 14. Условие, которое является основным признаком операций консигнации

- а) оплата всех расходов по содержанию консигнационного склада консигнантом
- б) поставка товаров на консигнационный склад к оговоренному сроку
- в) поддержание норматива товарных запасов на консигнационном складе

Тестовые задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ:

Вопрос 1. Соотнесите показатели рыночной конъюнктуры с соответствующими им субблоками показателей:

- 1) показатели масштаба и типа рынка;
- 2) показатели функционирования рыночного механизма и пропорциональности развития рынка;
- 3) показатели динамического и территориального развития рынка;
 - а) число продавцов;
 - б) индекс сезонности;
 - в) емкость рынка;
 - г) объем заключенных сделок;
 - д) уровень дефицитности товаров;
 - е) размах вариации цены.

Вопрос 2. По какому классификационному признаку выделяют скрытый спрос:

- а) по форме образования;
- б) по тенденции изменения;
- в) в зависимости от намерений покупателей.

Вопрос 3. Какой метод получения конъюнктурной информации осуществляется на платной основе:

- а) тенденциональный опрос;
- б) панель;
- в) анкетирование;
- г) интервьюирование.

Вопрос 4. Экспертные оценки могут быть:

- а) только количественные;
- б) только качественные;
- в) и количественные, и качественные.

Вопрос 5. Равноускоренный тип развития рыночных параметров выражается функцией:

- а) прямолинейной;
- б) показательной;
- в) параболической;
- г) гиперболической;
- д) логистической.

Вопрос 6. Для устранения влияния случайных факторов при выявлении сезонной волны рыночных параметров:

- а) используют в расчете данные за несколько лет;

- б) производят выравнивание уровней динамического ряда;
- в) исключают из ряда уровни с «аномальными» значениями.

Вопрос 7. Доля фирмы в общем стоимостном объеме продаж товара в регионе в анализируемый период колеблется от 24 до 36%. С точки зрения конкурентного анализа позиция фирмы характеризуется как:

- а) претендент на лидерство;
- б) последователь;
- в) лидер;
- г) аутсайдер.

Вопрос 8. Какие из перечисленных условий определяют формирование диверсификации как стратегии маркетинга:

- а) благоприятная рыночная ситуация;
- б) неблагоприятная рыночная ситуация;
- в) высокий потенциал фирмы;
- г) низкий потенциал фирмы.

Вопрос 9. Какие из перечисленных показателей относятся к субблоку показателей динамического и территориального развития рынка (3 субблоку):

- а) емкость рынка;
- б) число заключенных сделок;
- в) коэффициент аппроксимации спроса;
- г) индекс потребительских настроений;
- д) коэффициент вариации цен;
- е) среднегодовой темп прироста товарных запасов; ж) потенциал товарного предложения.

Вопрос 10. Соотнесите виды спроса с классификационными признаками их выделения:

- 1) сезонный спрос;
- 2) угасающий спрос;
- 3) альтернативный спрос;
- а) по тенденции изменения;
- б) в зависимости от намерений покупателей;
- в) по форме образования.

Вопрос 11 Экспертная оценка – это:

- а) согласованное мнение экспертов;
- б) мнение экспертов, имеющих наиболее высокий ранг важности;
- в) аргументированное мнение экспертов, отличающееся от абсолютного большинства.

Вопрос 12. Какие из перечисленных предпринимательских рисков торговой деятельности относятся к разряду производственных:

- а) риск недополучения товаров;
- б) риск отказа покупателя от полученной продукции;
- в) опасность потерь в связи с ростом процентных ставок по кредитам;
- г) риск неуплаты долга по заемным средствам;
- д) риск снижения доходности ценных бумаг.

Вопрос 13. Какой метод количественного анализа коммерческих рынков предусматривает расчет критического объема продаж:

- а) статистический метод;
- б) метод аналогий;
- в) метод оценки финансовой устойчивости и платежеспособности;
- г) метод целесообразности затрат;
- д) метод экспертных оценок.

2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине

После завершения тестирования на экзамене на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации экзамен, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 60 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на экзамене (не более 40 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 86 баллов до 100 баллов – «отлично»
- с 71 балла до 85 баллов – «хорошо»
- с 50 баллов до 70 баллов – «удовлетворительно»
- менее 50 баллов – «неудовлетворительно»

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 50 %, то автоматически выставляется оценка «неудовлетворительно» (без суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается переэкзаменовка в дополнительную сессию.

2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА
ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность: «Сервис транспортных средств»

1. Материалы для текущего контроля

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

КЕЙС-ЗАДАЧИ

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

Кейс – задача 1. «Особенности организации деятельности предприятий сервиса»

Объектом исследования является как общая характеристика особенностей организации деятельности предприятий, выбранной сферы сервиса, так и конкретное предприятие сервиса соответствующего вида деятельности.

К анализу предлагаются виды деятельности соответствующие основной образовательной программе и профилю:

1. Услуги студий дизайна, услуги по созданию интерьера
2. Услуги по изготовлению обуви
3. Услуги салонов красоты, услуги и изделия парикмахерских салонов, ногтевой сервис, студий загара
4. Услуги косметологии и оздоровления
5. Услуги эстетической косметологии
6. Услуги по формированию индивидуального образа потребителя, имиджмейкерские услуг.
7. Оздоровительные услуги: услуги спа - салонов, фитнес-центров и т. д.,
8. Другие виды сервисной деятельности, соответствующие профилю основной образовательной программы.

Задание. В соответствии с выбранным видом сервисной деятельности:

1. Представить общую характеристику особенностей исследуемых услуг.

Исследовать и рассмотреть классификационную характеристику услуг как товара, типичный ассортимент и пакет услуг, направление развития данной сферы сервиса, факторы спроса на услуги. Проанализировать особенности рынка данного вида услуг, целевые рынки. Выявить специфические особенности организации деятельности: требования к местоположению, уровень конкуренции, наличие альтернатив, ритмичность

спроса, технический уровень и качество предлагаемых на рынке сходных или альтернативных услуг и т. д. Использовать при анализе примеры деятельности реальных предприятий и опрос потребителей.

2. Дать полную типичную классификационную характеристику предприятий исследуемого профиля. Дать общую характеристику предприятий данного типа и их разнообразия: формы собственности, наличие прав юридического лица, организационно-правовые формы, тип производства, методы обслуживания потребителей, место действия, время или период действия, режим работы, классность, мощность предприятия, и т. д. Использовать при анализе примеры деятельности реальных предприятий.

3. Дать характеристику юридической основы (можно в целом для данного вида деятельности) Юридическая основа: действующие государственные, отраслевые и региональные (муниципальные) стандарты и нормы, требования по технике безопасности и охране окружающей среды

4. Дать характеристику структуры предприятий (общая, производственная и организационная структура предприятия). Представить характеристику структур предприятий данного типа. Дать характеристику общей и организационной структуры предприятий данного профиля. Представить схемы типичных организационных структур, выполнить анализ её рациональности, определить достоинства и недостатки.

5. Дать характеристику особенности организации деятельности, в том числе оценить уровень и возможность: стандартизации, формализации, специализации, централизации, гибкости.

6. Дать характеристику хозяйственной основы. Определить потребность в ресурсах: персонал соответствующей численности, должного профессионального и квалификационного состава. Дать характеристику технико-производственной базы предприятия данного профиля здания, сооружения, оборудование, инвентарь; материальные ресурсы, необходимые материальные условия для деятельности. Производственные фонды: основные: активная и пассивная часть; потребность в запасах. Проанализировать минимальную и максимальную потребность в ресурсах.

Кейс - задача 2 «Особенности организации производственной деятельности предприятий сервиса»

1. Услуги студий дизайна, услуги по созданию интерьера
2. Услуги по изготовлению обуви
3. Услуги салонов красоты, услуги и изделия парикмахерских салонов, ногтевой сервис, студий загара
4. Услуги косметологии и оздоровления

5. Услуги эстетической косметологии
6. Услуги по формированию индивидуального образа потребителя, имиджмейкерские услуг.
7. Оздоровительные услуги: услуги SPA - салонов, фитнес-центров и т. д.,
8. Другие виды сервисной деятельности, соответствующие профилю основной образовательной программы.

1. Дать общую характеристику содержания, значимости и сложности деятельности предприятия в соответствии с функциональными областями:

- 1) Кадровая функция;
- 2) Финансы и бухгалтерский учет;
- 3) Обеспечение поставщиками;
- 4) Исследование, инновационная деятельность;
- 5) Распространение продукции;
- 6) Производственная функция;
- 7) Маркетинг и др.

2. Выявить и дать конкретную сущностную характеристику процессов исследуемого предприятия.

Информация представляется в табличной форме и сопровождается комментариями.

Характеристика процессов организации.

Макропроцесс	Название процесса	Сущностная характеристика
Обобщенное название в соответствии с функциональными областями		

3. Дать детальную поэлементную характеристику процессов обслуживания и процессов оказания услуг.

Информация представляется в табличной и схематичной форме в соответствии с выбранной методологией.

Характеристика процессов обслуживания и оказания услуг.

Наименование процесса и элементарных работ	Характеристика работ или элементов	Исполнитель, ответственный	примечание
1. Процесс			
1. первая работа			

4. Выполнить анализ организации процессов обслуживания и оказания услуг.

Кейс-задача 3 «Характеристика различных видов предприятий»

1. Дается сравнительная характеристика двух предприятий по ряду параметров с целью определения общих черт и отличительных особенностей предприятий. Информация представляется в табличной и письменной форме.

Таблица 1. Сравнительная характеристика рассматриваемых предприятий

Параметры характеристики	Характеристика Предприятие 1	Характеристика Предприятие 2	Отличительные особенности
1. Форма собственности			
2. Организационно-правовая форма			
3. Масштабы деятельности			
4. Основной вид деятельности			
5. Номенклатура услуг			
6. Характер структуры деятельности			
7. Вид структуры управления			
8. Местоположение			
9. Сменность и режим работы			
10. Организация обслуживания			

2. На основании исходных данных рассчитываются экономические показатели деятельности предприятия. Проводится их аналитическая оценка. Информация представляется в табличной форме.

Таблица 2. Сравнительная характеристика показателей деятельности рассматриваемых предприятий.

Наименование показателя	Характеристика Предприятия 1	Характеристика Предприятия 2	Аналитическая Оценка показателя
1. Производительность труда, тыс. руб.			
2. Фондовооруженность, руб.			
3. Фондоотдача, руб.			
5. Рентабельность продаж, %			
6. Затраты на 1 руб. реализации услуг, руб.			
7. Прибыль на 1 руб. реализации, руб.			
8. Удельный вес аппарата управления в общей численности, %			
9. Площадь, приходящаяся на 1 рабочее место, кв. м.			
10. Съём услуг с 1 м ² площади, тыс. руб.			

3. Используя данные предыдущего анализа, студенты формулируют перспективы развития деятельности рассмотренных предприятий.

Таблица 3. Оценка перспектив развития деятельности рассматриваемых предприятий

Критерий	Предприятие 1	Предприятие 2
1. Сезонность спроса на услуги		
2. Тенденции развития рынка		
3. Инновационная составляющая технологий производства и оказания услуг		
4. Перспективы развития услуг		
5. Возможности расширения клиентской базы		
6. Возможности рынка труда по пополнению персонала предприятия		
7. Возможности профессионального роста		
8. Уровень конкуренции на рынке		
9. Чувствительность рынка к ценам		
10. Скорость роста предприятия		

Примеры исходных данных

Предприятие 1. Общество с ограниченной ответственностью “Тюнинг-сервис” является одним из ведущих предприятий автосервиса на рынке г. Москвы. Основано в 1998 г., расположено в Восточном административном округе (район “Измайлово”). Предприятие занимает трехэтажное строение общей площадью 1370 м², в том числе производственная площадь составляет 78% от общей. На первом этаже расположены боксы, на втором — клиентская комната, на третьем — администрация.

Предприятие ведет свою деятельность в трех направлениях:

- ремонт и техническое обслуживание автомобилей всех марок;
- тюнинг салона, внешний тюнинг;
- установка дополнительного оборудования и предлагает весь спектр услуг по ремонту и сервисному обслуживанию автомобилей, включая жестяно-сварочные работы, установку сигнализации и дополнительного оборудования, по промывке карбюраторов и инжекторов топливных систем бензиновых и дизельных двигателей специальным раствором на высокоэффективном стенде.

Предприятие частное. Численность персонала составляет 45 человек, в том числе рабочих 34 чел. Предприятие работает в две смены с 9.00 до 21.00 без обеда и выходных дней. Выручка от реализации услуг в отчетном периоде составила 43,9 млн. руб., темп роста относительно базового года 146,2%. Прибыль на 1 руб. выручки от реализации составила 0,12 руб., а темп роста прибыли — 167,1%. Стоимость основных производственных фондов предприятия — 16,4 млн. руб., количество рабочих мест — 17. Количество используемых форм обслуживания 5, такие как “ключи от автомобиля”,

стационарное обслуживание, гарантийное обслуживание, выездное обслуживание, обслуживание по предварительной записи. Среднее время обслуживания без учета времени выполнения услуг — 1,41 ч, доля постоянных клиентов — 63%, рост средневзвешенной цены услуги относительно базового года — 21%.

Предприятие 2. Общество с ограниченной ответственностью «Красоты на Мещанской». Учреждено на неограниченный срок в соответствии с Федеральным законом от 8 февраля 1998 г. «Об обществах с ограниченной ответственностью» и решением № 1 о создании Общества от 1 апреля 2002 г. Размер уставного капитала на 01.01.04 составляет 30 тыс. руб. В уставном капитале не представлена доля участия федеральной собственности, собственности субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов. Также не имеется доли собственности, принадлежащей одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства. Целью создания «Красоты на Мещанской» является удовлетворение потребностей населения в парикмахерских услугах. Предприятие расположено по адресу г. Москва, ул.

Мещанская. Предприятие обладает всеми признаками юридического лица, т. е. имеет самостоятельный баланс, расчетный, валютный и другие банковские счета. «Красоты на Мещанской» является собственником имущества, среднегодовая стоимость которого составляет 1921,7 тыс. руб. «Красоты на Мещанской» является предприятием малого бизнеса, так как средняя численность работников предприятия составляет 22 чел., из них рабочих — 18 чел. Видом деятельности ООО «Салон красоты на Мещанской» является оказание парикмахерских и иных видов услуг.

В их число входят: стрижка волос, химическая завивка волос, укладка волос, окраска и мелирование волос, маникюр, педикюр, услуги косметологического характера, в том числе обработка бровей и ресниц, очистка лица, массаж, антицеллюлитная программа, макияж, солярий и другие услуги. Выручка от реализации услуг в отчетном году составила 0 тыс. руб., что на 29,9% превышает базовый год. Рост средневзвешенной цены услуги относительно базового — 32%. Затраты на 1 руб. реализации услуг в отчетном периоде на 8% превысили показатель базового и составили 0,9 руб. Режим работы двухсменный с 11.00 до 21.00. Количество рабочих мест — 10, общая площадь, занимаемая предприятием, составляет 218 м². Количество используемых форм обслуживания — 3, в том числе: по предварительной записи, абонементное обслуживание, выездное обслуживание. Доля постоянных клиентов 91%, среднее время обслуживания без учета времени выполнения услуг — 0,38 ч.

Предприятие 3. ООО «Дизайн-студия «АНТ» существует на рынке с 1999 г. Фирма оказывает довольно широкий спектр услуг:

- разработку дизайнерских проектов интерьера и экстерьера квартир и домов;
- разработку дизайнерских проектов интерьера и экстерьера офисных помещений и др.;
- ландшафтный дизайн;
- проведение ремонтных работ.

Предприятие имеет организационно-правовую форму — общество с ограниченной ответственностью. Учредитель — 1 чел., который является директором данной организации. Общая численность персонала — 47 чел., численность рабочих составляет 51,1% от общей, доля специалистов и прочих служащих — 36,1%. Для проведения ремонтных работ фирма использует две бригады строителей, находящихся в штате предприятия, т. е. все ремонты и осуществление разработанных дизайн-проектов проводятся собственными силами. Данное предприятие создавалось на базе строительной

организации и до 1999 г. Являлось его структурным подразделением. В дальнейшем структурное подразделение выделилось в отдельное предприятие и начало самостоятельно оказывать потребителям различные услуги.

Основным направлением деятельности изначально была разработка дизайнерских проектов квартир. Время работы офиса с 10.00 до 19.00, суббота и воскресенье — выходные дни, обед с 13.00 до 14.00, бригады работают в соответствии с заказами, основное время рабочего дня — 8 ч, по желанию заказчика за дополнительную плату время работы может увеличиваться до 12 ч, а работы осуществляться без выходных.

Стоимость основных производственных фондов предприятия составляет 3157,2 тыс. руб., выручка от реализации услуг и выполнения работ отчетного года — ,9 тыс. руб., что на 27,4% выше выручки базового года. Затраты на 1 руб. реализации — 81 коп., темп роста, которых по сравнению с предыдущим годом составил 92%. Темп роста средневзвешенной цены на услуги и работы относительно базового периода — 112%.

Среднее время выполнения работ по видам составляет: разработка дизайн-проектов 2 дня, ландшафтный дизайн - 4 дня., ремонтные работы -11 дней. Удельный вес постоянных клиентов в общей численности - 14%. Общая площадь, занимаемая предприятием,- 144м².

Предприятие 4. Ресторан «Пушкин» категории «люкс» г. Москвы. Ресторан расположен по адресу: г. Москва, ул. Пречистенка. По организационно-правовой форме — общество с ограниченной ответственностью, юридическое название , форма собственности — частная. Открыт в 1997 г., является успешно функционирующим.

На предприятии занято 60 чел., включая управленческий состав. Численность рабочих составляет 47 чел. Режим работы предприятия — 14-часовой, без перерывов и выходных. Общее число посадочных мест в

ресторане — столиков по 6 мест). Ресторан занимает два этажа — на первом этаже расположено кафе, на втором — непосредственно ресторан, общая площадь — 312 кв. м. За время существования предприятия расширения производства, реорганизации его структуры не проводилось. Ресторан является предприятием, работающим как на отечественном, так и на импортном сырье, предлагает своим клиентам питание способом “шведского” стола, а также порционные блюда.

Согласно Уставу предприятие имеет право осуществлять следующие виды деятельности: изготовление блюд, кондитерских и кулинарных изделий, реализация блюд, кулинарных и кондитерских изделий как собственного производства, так и покупных, реализация покупной алкогольной и безалкогольной продукции в разлив на арендуемой территории, а также иную коммерческую деятельность, не запрещенную действующим законодательством, в соответствии с целями и задачами. По сравнению с крупными ресторанами, занимающими большую (и значительную) долю рынка подобных услуг, рассматриваемое предприятие можно отнести к ресторанам, работающим с постоянными клиентами (доля в общем количестве потребителей 57%). Потребителями его услуг являются физические лица, в основном мужчины от 25 до 50 лет (57%) со средним уровнем дохода, женщины (18%), остальную долю занимают лица, проводящие различные празднования (свадьбы, дни рождения, презентации и др.).

Долю ресторана на рынке ресторанных услуг можно определить как 0,5%. Выручка от реализации услуг в отчетном году составила ,1 тыс. руб., что на 28,6% выше, чем в предыдущем. Прибыль на 1 руб. реализации услуг — 0,16 руб., темп роста прибыли составил 129,6%. Средневзвешенная цена на услуги повысилась относительно базового периода на 34,2%. Среднее время обслуживания — 0,47 ч.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов,5 тыс. руб. В ресторане главным производственным участком является кухня. Здесь используется

Здесь используется оборудование фирмы GARLAND для приготовления пищи, посуда (сковороды, фритюрницы, кастрюли и др.). Фирма поставщик постоянно производит осмотр оборудования с периодичностью 1 раз в год, выявляет и устраняет возможные неполадки. Для охлаждения, замораживания и хранения продуктов — холодильники фирмы Fagor.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено

на базовом уровне, но с ошибками;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

Контрольные работы по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса транспортных средств» состоят из вопросов и задачи.

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в сфере сервиса

Вариант 1.

1. Основные этапы развития коммерческой деятельности в России
2. Сущность коммерции в условиях рынка
3. Решите задачу. На региональном рынке офисной мебели конкурируют шесть компаний, имеющих следующие показатели по объему производства и выручки за месяц:

Торговая марка	Объем производства, шт.	Доля рынка в натуральном выражении, %	Выручка, млн. руб.	Доля рынка в стоимостном выражении, %
«Орион»	596,5		48,5	
«Багратион»	358,0		39,3	
«Петровская»	327,3		30,6	
«Шатура»	223,0		30,1	
«Добрый стиль»	212,5		23,8	
«Знаменская»	155,8		17,7	
Итого				

Вариант 2.

1. Дайте определение коммерческой деятельности
2. Факторы, влияющие на коммерческую деятельность.
3. Решите задачу. Нормы потребления хлебных продуктов, определенные потребительской корзиной в настоящее время, для трудоспособного населения — 133,7 кг в год, пенсионеров — 103,7 кг в год, детей — 84 кг. На территории Республики Татарстан проживают 1 млн жителей, из которых 50% — пенсионеры, 20% — дети до 18 лет. Рассчитайте емкость рынка хлебных продуктов в натуральном выражении.

Тема 13. Эффективность коммерческой деятельности предприятий сервиса

Вариант 1.

1. Взаимосвязь ценовой и ассортиментной политики.
2. Показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий сервиса.

3. Решите задачу. Продажная цена основных фондов равна 120000 руб. Первоначальная стоимость основных фондов 12 000 руб. Износ основных фондов за год – 10%. Срок использования основных фондов – 5 лет. Индекс инфляции – 10. Необходимо рассчитать: 1) прибыль от реализации основных фондов; 2) налог на прибыль (16%), 3) чистую прибыль.

Вариант 2

1. Ценообразование в торговле.
2. Принципы формирования ассортиментной матрицы.
3. Решите задачу. Проведите ABC-анализ по данным таблицы

Таблица 1

Товар	Стоимость 1 упаковки, руб.	Годовой объем продаж, шт.	Годовой объем продаж (доход), тыс. руб.	Годовой объем продаж, %
Спагетти №1	130	1500	195	1,3
Спагетти №2	150	4600	690	4,7
Спагетти №3	270	1000	270	1,8
Спагетти №4	164	1500	246	1,7
Спагетти №5	200	6000	1 200	8,1
Спагетти №6	194	28000	5432	36,7
Спагетти №7	235	24000	5640	38,1
Спагетти №8	350	200	70	0,5
Спагетти №9	215	4000	860	5,8
Спагетти №10	290	700	203	1,4
Итого		50 000	14 806	100,0

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

КОМПЛЕКТ ЗАДАЧ

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

Задача 1. Определить, как изменится себестоимость услуг и продукции, если величина условно-постоянных расходов в себестоимости за отчетный период составила 3430,0 тыс. руб., планируется увеличить выручку на 10%, при этом условнопостоянные расходы в себестоимости возрастут на 3%.

Задача 2. Определить, как изменится себестоимость в планируемом квартале, если средняя заработная плата увеличится на 15%, при этом производительность труда работников увеличится на 22%, удельный вес затрат на заработную плату в себестоимости составляет 36%.

Задача 3. Определить, как изменится себестоимость услуг, если в отчетном периоде величина условно-постоянных расходов в себестоимости составила — 640,0 тыс. руб. выручка от реализации услуг — 1900,0 тыс. руб., планируется увеличить выручку на 10%, а условно-постоянные расходы — соответственно на 2,5%.

Задача 4. Определить как изменятся затраты на 1 руб. реализации услуг, если выручка от реализации услуг возрастет на 15%, а полная себестоимость услуг увеличится на 8%.

Задача 5. Себестоимость единицы изделия снизилась с 800 до 730 руб., цена за единицу изделия — 946 руб. Выпуск изделий — 500 ед. Определить, на сколько процентов изменилась прибыль на единицу изделия, прибыль от реализации всего объема продукции, полная себестоимость продукции, затраты на 1 руб. реализации продукции, уровень рентабельности.

Задача 6. Определить изменение себестоимости услуг и продукции, если выручка от реализации в базовом периоде составила,0 тыс. руб., условно-постоянные расходы в себестоимости,0 тыс. руб., в отчетном периоде выручка составила,0 тыс. руб., а величина условно-постоянных расходов —,0 тыс. руб.

Задача 7. Определить, как изменится себестоимость услуг и продукции, если величина условно-постоянных расходов в себестоимости за отчетный период составила 5640,0 тыс. руб., планируется увеличить выручку на 7%, при этом условно-постоянные расходы в себестоимости возрастут на 2,2%.

Задача 8. Определить, как изменится себестоимость продукции за квартал, если планируется сократить двух вспомогательных рабочих, среднемесячная заработная плата которых составляет 9556 руб., страховые взносы 26,0%, объем выручки за квартал составляет,0 тыс. руб., затраты на 1 руб. выручки — 0,84 руб.

Задача 9. Определить, как изменится себестоимость в планируемом квартале, если средняя заработная плата увеличится на 12%, при этом производительность труда работников увеличится на 17,6%, удельный вес затрат на заработную плату в себестоимости составляет 43,5%.

Задача 10. Определить, как изменится себестоимость продукции, если расход материалов на производство продукции планируется сократить на 6,5%, при этом цена на материалы снизится на 1,2%, удельный вес материалов в себестоимости продукции — 56%.

Задача 11. Цена единицы изделия составляет 6,5 тыс. руб. Зарботная плата основных производственных рабочих планируется в размере 43% от отпускной цены. Дополнительная заработная плата — 8,5% от основной. Страховые взносы 26,0%, накладные расходы составляют 80% от основной заработной платы производственных рабочих. Рассчитать планируемые затраты на 1 руб. реализации продукции и планируемый уровень рентабельности продукции.

Задача 12. Определить, как изменится полная себестоимость продукции, если затраты на 1 руб. реализации снизятся на 2,3%, а выручка возрастет на 3,7%.

Задача 13. Определить, как изменится себестоимость продукции, если расход материалов на производство продукции планируется сократить на 8%, при этом цена на материалы увеличится на 5%, удельный вес материалов в себестоимости продукции — 68%.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если задание выполнено более, чем на 70%;
- оценка «не зачтено», если выполнено менее, чем 70%.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАЗНОУРОВНЕВЫЕ ЗАДАЧИ

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

А. ЗАДАЧИ РЕПРОДУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1. Определить увеличение выпуска продукции и прибыли от ее реализации, если планируется снизить трудоемкость единицы изделия на 10,25%,

- трудоемкость в базовом периоде составляла 7,8 ч,
- полезный фонд рабочего времени одного рабочего в планируемом году — 1760 ч,
- численность рабочих — 8 чел.,
- цена за единицу изделия — 600 руб.,
- прибыль в расчете на единицу изделия — 84 руб.

Задача 2. Определить прирост выпуска продукции за счет улучшения использования материальных ресурсов и прибыли от ее реализации.

В результате использования новой технологии производства продукции планируется

- снизить норму расхода материалов на 6%,
- норма расхода материалов в базовом периоде — 3 м,
- выпуск продукции — 2400 ед.,
- цена за единицу изделия — 1020 руб.,
- прибыль в расчете на единицу изделия —105 руб

Задача 3. Определить объем недополученной продукции в результате несоблюдения норм расхода материальных ресурсов при следующих данных:

- норма расхода материалов на единицу изделия — 1,2 кг,
- фактический расход материалов — 1,24 кг,
- выпуск продукции — 4600 ед.,
- цена за единицу изделия — 650 руб.

Задача 4. Определить выручку от реализации продукции, если

- объем производства продукции 800 шт.,
- остатки нереализованной продукции на начало месяца 66 шт., на конец месяца — 45 шт.

-цена за единицу изделия — 650 руб.

Задача 5. Определить выручку от реализации продукции по сегментам рынка и в целом по предприятию, если:

- объем производства продукции за квартал — 1500 ед., в том числе для сегмента А произведено 20% изделий, Б — 48%, В — 32%.,

-средняя цена за единицу изделия в сегменте А — 900 руб., в сегментах Б и В соответственно на 6 и 8% ниже.

-на начало квартала остатки нереализованной продукции для сегмента А — 25 ед., Б — 35

ед., В — 52 ед.;

-на конец квартала остатки нереализованной продукции составили 20, 88, 41 ед. соответственно.

Задача 6. Определить выручку от реализации услуг, если:

- за месяц предприятие сферы услуг обслужило 800 клиентов, в том числе на дому — 130 чел., на предприятиях и организациях — 180 чел.,

-средняя цена за единицу услуги на предприятии сферы услуг — 420 руб., при обслуживании на дому на 25% выше, при обслуживании на предприятиях и организациях региона — на 15% выше, чем в стационарных условиях.

В. ЗАДАЧИ РЕКОНСТРУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1 Продажная цена основных фондов равна 120000 руб. Первоначальная стоимость основных фондов 12 000 руб. Износ основных фондов за год – 10%. Срок использования основных фондов – 5 лет. Индекс инфляции – 10.

Необходимо рассчитать:

- 1) прибыль от реализации основных фондов;
- 2) налог на прибыль (16%),
- 3) чистую прибыль.

Задача 2. Торговая фирма распределила заказ между тремя своими торговыми предприятиями. Магазин 1 способен реализовать продукцию в пределах 62% заказа за 4 месяца, магазин № 2 может реализовать продукцию в пределах 89% заказа за 5 месяцев, а магазин №3 работает с производительностью магазинов № 1 и № 2 вместе взятых.

За какое время будут выполнен заказ при одновременной работе всех трех магазинов?

Задача 3. Выручка от реализации товаров составила 10,0 млн. руб. Материальные затраты 5,0 млн.руб. Расходы связанные с реализацией товаров – 1,0 млн. руб. Затраты на зарплату – 1,0 млн.руб. Минимальная зарплата составила – 7,5 млн. руб. Налог на прибыль – 16%. Количество

работающих составляет 20 человек. Чему равны прибыль, превышение затрат на зарплату по сравнению с нормативом. (4 минимальные зарплаты в среднем на одного работника) облагаемая прибыль, налог на прибыль и чистая прибыль [10,13,16].

Задача 4. АО торговой фирмы за счет собственных средств заказала оптовой фирме эксклюзивную обувь с предварительной оплатой, однако, обувь заказчику не поступила в связи с банкротством оптовой фирмы. Члены общества спрашивают у руководителя торговой фирмы на какую сумму был совершен акт купли-продажи. Ответ был таков: Если бы к этим средствам прибавить 10 млн. руб., то получилось бы столько, сколько нам нужно чтобы фирма была бы безубыточной, а если прибавить 20 млн.руб., то получилось бы вдвое больше того, что нам необходимо для безубыточной работы фирмы.

Сколько собственных средств было затрачено торговой фирмой при закупке обуви?

Примечание: Обозначим первоначальные средства при закупке обуви через x .

Задача 5. В сентябре 2006 года среднедневной товарооборот торговой компании составлял 8800. За месяц товарооборот составил 264.000. Торговая надбавка – 10% . В течение всего года проводились различные рекламные акции. В октябре 2006 года была проведена рекламная компания, на которую было потрачено 4572. Всего за год на рекламу было потрачено в среднем 50864 [1,2,11]. Рассчитать какой составил в октябре товарооборот под воздействием рекламы и экономическую эффективность компании.

Задача 6. Определить уровень товарных запасов за последнее число мая и июня и рассчитать товарооборачиваемость за II квартал исходя из следующих данных по торговому предприятию.

[5, 10, 15]

(млн.руб.)

Месяцы	Товарные запасы на начало месяца	Т/об за месяц
Апрель	9750	6128
Май	8900	4530
Июнь	8850	3898
Июль	9400	

Задача 7 Вы получили кредит для закупки эксклюзивной одежды на 1 год в размере 50 млн. руб. Годовой доход кредитора составил 5000 тыс. руб. Какому проценту годовых (норме процента) это соответствует?

С. ЗАДАЧИ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ

Задача 1. Исходная информация для расчетов прогноза уровней цен на предстоящий месяц

2014 год	Средняя стоимость услуги	
	тыс. руб.	в % к предыд. мес.
январь	2000	
февраль	1950	97,50
март	1980	101,54
апрель	1989	100,45
Май	1890	95,02
июнь	1895	100,26
июль	1900	100,26
август	1910	100,53
сентябрь	1925	100,79
октябрь	1935	100,52

Рассчитайте темпы роста услуг на основе модели экстраполяции на примере консалтинговых услуг по следующим значениям (см. лекции)

1. Ср. скользящие темпы роста
2. Частный коэффициент изменения темпов роста.
3. Рассчитать ср. темп роста. Расчетный темп роста на ноябрь.
Расчет ср. цены на ноябрь.
4. Отклонение прогноза от факта.

Задача 2. Динамика валового дохода

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Отклонение	Отчетный к базисному, %
Товарооборот без НДС и др. налогов, млн.руб.(Np)	5065,9	5406,1	+340,2	106,7
Валовой доход, млн. руб. (ВД)	1053,7	1194,7	+141	113,4
Уровень валового дохода, % (Увд)	20,8	22,1	+1,3	106,25

На основе вышеуказанных данных рассчитать:

- 1) влияние на сумму валового дохода объема товарооборота и среднего уровня торговой наценки;
- 2) влияние на сумму валового дохода и среднего уровня торговой наценки по формуле:

$$\frac{Np \cdot x}{100} \quad \text{(влияние уровня валового дохода (торговые наценки))}$$

где $\Delta Увд$ – отклонение уровня валового дохода

К решению задачи дать пояснение, что означают полученные данные.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в индустрии моды и красоты.
2. Коммерческая работа по розничной продаже товаров в индустрии моды и красоты.
3. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров в индустрии моды и красоты.
4. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров в индустрии моды и красоты.
5. Организация хозяйственных связей в в индустрии моды и красоты.
6. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
7. Обслуживание и услуг в индустрии моды и красоты.
8. Договоры в коммерческой деятельности.
9. Сущность, цели, задачи коммерческой деятельности в индустрии моды и красоты.
10. Основные принципы коммерческой деятельности в индустрии моды и красоты.
11. Характер и содержание процессов выполняемых в индустрии моды и красоты.
12. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.
13. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
14. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
15. Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности.
16. Понятие и правовое регулирование договоров.
17. Торговое обслуживание и услуги розничной торговли.
18. Договоры в коммерческой деятельности.
19. Сущность, цель, задачи и функции коммерческой деятельности в торговле.
20. Организационные и правовые фирмы торговых предприятий.

21. Организация и технология товароснабжения торгового предприятия.
22. Технологическая планировка помещений на предприятиях торговли.
23. Торгово-технологическое оборудование магазинов.
24. Организация, размещение и выкладки товаров в торговом зале.
25. Формирование ассортимента товаров в магазине.
26. Управление составом персонала на торговом предприятии, организация труда работников.
27. Управление производительного труда персонала, стимулирование труда.
28. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.
29. Планирование объема и структуры товарооборота.
30. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка.
31. Виды и формы налогообложения коммерческой деятельности торгового предприятия.
32. Показатели доходности торгового предприятия.
33. Формирование ценовой политики предприятия.
34. Планирование доходов торгового предприятия, основные резервы повышения доходности.
35. Принципы формирования и использования прибыли торгового предприятия.
36. Планирование прибыли торгового предприятия.
37. Состав активов торгового предприятия и принципы их формирования.
38. Анализ оборотных активов торгового предприятия.
39. Анализ внеоборотных активов торгового предприятия.
40. Структура капитала торгового предприятия.
41. Источники формирования капитала торгового предприятия.
42. Формы и принципы осуществления инвестиционной деятельности торгового предприятия.
43. Основные виды хозяйственных рисков торгового предприятия.
44. Оценка уровня хозяйственных рисков торгового предприятия и их страхование.
45. Оценка финансового состояния торгового предприятия.
46. Финансовое планирование на торговом предприятии.

Требования к оформлению

Доклад (реферат) выполняется студентом самостоятельно в отдельной папке с титульным листом на стандартных листах формата А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал – 1,5, поля: верхнее, нижнее – 2,0; слева – 3,0; справа – 1,0. Форматирование по ширине. Отступ первой строки - 1,25.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если доклад носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если доклад не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно.

2. Материалы для проведения текущей аттестации

Текущая аттестация 1

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №1 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

Вопрос 1. Основной целью предпринимательства является:

- а) удовлетворение потребностей потребителя;
- б) получение прибыли;
- в) верны оба ответа;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 2. Какие из перечисленных критериев можно отнести к предпринимательству?

- а) инновационность;
- б) управление капиталом;
- в) активность субъекта коммерческой деятельности;
- г) все перечисленные.

Вопрос 3. Что не относится к коммерческим организациям:

- а) полные товарищества;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) потребительские кооперативы;
- г) производственные кооперативы.

Вопрос 4. Физические лица, которые ведут бизнес за свой счёт и лично занимаются управлением, они также несут ответственность по обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, таким образом, весь риск возлагается на него.

- а) индивидуальные предприниматели;
- б) посредники;
- в) потребители;
- г) потребительские кооперативы.

Вопрос 5. Какие из юридических лиц не относятся к некоммерческим организациям:

- а) органы общественной самодеятельности;
- б) унитарные предприятия;
- в) общественные движения;
- г) фонды.

Вопрос 6. Открытым акционерным обществом признаются общества:

- а) участники, которые могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров;
- б) акции, которые распределяются только среди учредителей или иного заранее определенного круга лиц;
- в) уставный капитал, который разделен на определенное число акций;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 7. Товарищества, участники которых в соответствии с заключенными между ними договорами занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам, принадлежащим им имуществом, являются:

- а) хозяйственные товарищества;
- б) полные товарищества;
- в) товарищества на вере;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 8. Признаками юридического лица являются:

- а) иметь в собственности обособленное имущество
- б) Возможность предъявлять иски и выступать в качестве ответчика в суде от своего имени;
- в) Нести ответственность по обязательствам
- г) верны все ответы

Вопрос 9. Обществом с ограниченной ответственностью признается общество:

- а) уставной капитал, которого разделен на определенное число операций;
- б) участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров;
- в) акции которого распределяются только среди учредителей или иного заранее определенного круга лиц;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 10. Участниками общества с ограниченной ответственностью могут быть:

- а) физические лица;
- б) юридические лица;

- в) верны оба варианта;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 11. Неимеющая членства организация на основе добровольных имущественных взносов, преследующая общественно-полезные цели?

- а) Общественные организации;
- б) Фонды;
- в) Унитарные предприятия;
- г) Закрытое акционерное общество.

Вопрос 12. Кто не является субъектом коммерческой деятельности?

- а) Потребитель;
- б) Наемный рабочий;
- в) Государство;
- г) Конкурент.

Вопрос 13. Наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации.

- а) Миссия;
- б) Стратегия;
- в) Технология;
- г) Нет верного ответа.

Критерии оценки:

Студент аттестован, если правильно ответил более чем на 10 вопросов.

Текущая аттестация 2

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ №2 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий сервиса
транспортных средств»

Вопрос 1. Риск, который кроме неблагоприятных и нейтральных последствий предполагает также возможность благоприятных последствий.

- а) Спекулятивный риск;
- б) Селективный риск;
- в) Чистый риск;
- г) Финансовый риск.

Вопрос 2. Соперничество на каком-либо поприще между отдельными субъектами рынка, заинтересованными в достижении одной и той же цели.

- а) Маркетинговая политика;
- б) Конкуренция;
- в) Связи с общественностью;
- г) Нет верного ответа.

Вопрос 3. На какой стадии жизненного цикла товара конкуренция отсутствует и незначительна?

- а) Внедрения;
- б) Роста;
- в) Зрелости;
- г) Спада.

Вопрос 4. Какие элементы, входя в состав комплекса маркетинга?

- а) Товар;
- б) Цена;
- в) Распределение;
- г) Продвижение.

Вопрос 5. Число учредителей закрытого акционерного общества не может превышать:

- а) 10;
- б) 50;
- в) 100;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 6. Основная причина утечки информации, являющейся коммерческой тайной?

- а) Проблемный персонал;
- б) Некачественная система защиты информации;
- в) Отсутствие регулирующего законодательства;
- г) Нет верного ответа.

Вопрос 7 Совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-либо другому право собственности на конкретный товар на его пути от производителя к потребителю.

- а) Длина канала сбыта;
- б) Ширина канала сбыта;
- в) Канал сбыта (распределения);
- г) Верно все перечисленное

Вопрос 8. Конкуренция, которая состоит в уменьшении затрат на производство товаров и соответствующем снижении цен без изменения ассортимента и качества:

- а) ценовая;
- б) неценовая;
- в) недобросовестная;
- г) нет верного ответа.

Вопрос 9 Бизнес-план составляется, когда:

- а) создается новое предприятие;
- б) реконструируется, расширяется действующее предприятие;
- в) осуществляется переход на производство новой продукции или оказание новых услуг;
- г) необходимо финансовое оздоровление предприятия;
- д) Верно все перечисленное.

Вопрос 10. Система ценностей, убеждений, норм поведения, разделяемых членами организации, определяющая отношения внутри организации и взаимодействие с внешней средой.

- а) Миссия;
- б) Корпоративная культура;
- в) Стиль управления;

г) Организационная структура.

Вопрос 11 Кто входит в деловую среду предприятия?

- а) Потребители;
- б) Поставщики;
- в) Конкуренты;
- г) Органы власти;
- д) Все перечисленные.

Вопрос 12. Какой из этапов является заключительным при принятии управленческого решения?

- а) Проводится сравнение всех выбранных проектов;
- б) Предприниматель выявляет существенные черты и содержание каждого проекта;
- в) Выбор одного из проектов;
- г) Производится расчет вероятного экономического эффекта каждого проекта.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание выполнено верно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с незначительными замечаниями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если задание выполнено на базовом уровне, но с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если содержится большое количество ошибок, задание не выполнено.