

Частное профессиональное образовательное учреждение

Социально-технологический техникум

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ЧПОУ  
Социально –технологического  
техникума  
\_\_\_\_\_ Л.Г.Макарова  
«\_\_14\_\_» \_\_09\_\_ 2023г

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

***ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

программы подготовки специалистов среднего звена

для специальности  
**38.02.08 Торговое дело**

**Форма проведения оценочной процедуры**  
Экзамен по модулю

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело» базовой подготовки, рабочей программы

**Разработчик:**

Лучникова Т.А, преподаватель техникума

Рассмотрено и одобрено  
на заседании метод совета

Протокол №   1   от  
«  14  »   09   2023 г.

## Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности – Организация и осуществление торговой деятельности.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен по модулю

### 1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

#### 1.1. Профессиональные и общие компетенции

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	1)проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 2)достижение целей по распознаванию товаров по ассортиментной принадлежности; 2)использование новых средств при формировании торгового ассортимента по результатам анализа потребности в товарах; 3)обоснованный выбор средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта; 4)соблюдение последовательности расчёта показателей ассортимента;
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	1)соблюдение требований оформления договоров с поставщиками и потребителями по результатам заключения торговых соглашений; 2)выполнение технологических процессов товародвижения; 3)использование современных средств механизации и автоматизации учёта поставок товаров на предприятия
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	1)Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий. 2)соблюдение правил использования торгово-технологического оборудования на основе действующих норм технического оснащения магазинов; 2)соблюдение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»; 3)выполнение требований по соблюдению условий и сроков хранения товаров в соответствии с Правилами работы магазина; 4)соблюдение правил размещения товаров различными способами на складах и в магазинах в соответствии с Правилами торговли;
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	1) осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. соблюдение требований по приёмке товаров по количеству и качеству согласно инструкциям; 2)выполнение требований документального сопровождения товародвижения; 3)соблюдение различных нормативно-правовых актов, требований ОТ, распространяющихся на деятельность организации; 4)выполнение требований (инструкций и правил техники безопасности для санитарно-эпидемиологического благополучия;
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

внешнеторговому контракту.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- участие в профессионально значимых мероприятиях (конкурсах профмастерства, конференциях, проектах, публикации и т.д.)
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- рациональность планирования и организации деятельности по исследованию продуктов питания; - своевременность сдачи заданий, отчетов, практических и лабораторных работ; - соответствие выбранных методов проведения анализов их целям и задачам; - обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов проведения обработки и оформления результатов анализов
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей	- содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого

среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	- использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

## 1.2. Иметь практический опыт – уметь – знать

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практически опыт в	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа ассортиментной политики торговой организации;</li> <li>- выявления потребности в товаре (спроса);</li> <li>- участия в работе с поставщиками и потребителями;</li> <li>- приёмки товаров по количеству и качеству;</li> <li>- размещения товаров;</li> <li>- контроля условий и сроков транспортировки и хранения товаров;</li> <li>- обеспечения товародвижения в складах и магазинах;</li> <li>- эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования;</li> <li>- участия в проведении инвентаризации товаров;</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать товары по ассортиментной принадлежности;</li> <li>- формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;</li> <li>- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;</li> <li>- рассчитывать показатели ассортимента с использованием цифровых технологий;</li> <li>- оформлять договоры с контрагентами;</li> <li>- контролировать их выполнение, в т.ч. поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству;</li> <li>- предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств;</li> <li>- готовить ответы на претензии покупателей;</li> <li>- производить закупку и реализацию товаров;</li> <li>- учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения;</li> <li>- соблюдать условия и сроки хранения товаров;</li> <li>- рассчитывать товарные потери;</li> <li>- планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь;</li> <li>- соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде;</li> </ul>

	- соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ассортимент товаров однородных групп определённого класса, их потребительские свойства;</li> <li>- товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели;</li> <li>- виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями;</li> <li>- технологические процессы товародвижения;</li> <li>- формы документального сопровождения товародвижения;</li> <li>- правила приёмки товаров;</li> <li>способы размещения товаров на складах и в магазинах;</li> <li>- условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп;</li> <li>- основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров;</li> <li>- классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство;</li> <li>- требования к условиям и правилам эксплуатации торгово-технологического оборудования;</li> <li>- нормативно - правовое обеспечение санитарно -эпидемиологического благополучия (санитарные нормы и правила);</li> <li>- законы и иные нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, распространяющиеся на деятельность организации;</li> <li>- обязанности работников в области охраны труда;</li> <li>- причины возникновения и профилактики производственного травматизма;</li> <li>- фактические и потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда;</li> <li>- возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчинёнными работниками (персоналом).</li> </ul>

## 2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 3

Элемент модуля	Формы промежуточной аттестации
МДК.01.01 Организация и осуществление торговой деятельности	Дифференцированный зачёт
ПП.01	Дифференцированный зачёт
ПМ.01	Экзамен по модулю

## 3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

### 3.1. Общие положения

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

Оценка теоретического курса профессионального модуля осуществляется с использованием следующих форм и методов контроля:

текущий контроль – тестирование, защита ЛПЗ, решение ситуационных задач, защита реферата, доклад; рубежный контроль – контрольная работа; промежуточная аттестация – экзамен по МДК.01.01.

### 3.2. Задания для оценки освоения МДК

#### 3.2.1. Задания для оценки освоения МДК.01.01 Организация и осуществление торговой деятельности - экзамен:

Вопросы и задания

Тест

**Инструкция: выберите один правильный ответ.**

1. Несмотря на множество определений маркетинга в них есть нечто общее, а именно:

- а) приоритет потребителя;
- б) приоритет производителя;
- в) приоритет ситуации на рынке

2. Первый этап развития маркетинга характеризуется:

- а) проблемами организации производства товарной продукции;
- б) анализом поведения социальных групп в процессе купли-продажи товаров;
- в) проблемами реализации товарной продукции, включая организацию рекламных кампаний

3. Вторым этапом развития маркетинга отличается:

- а) расширением рынков сбыта товарной продукции;
- б) появлением на рынке множества товаров-заменителей;
- в) расширением различных приёмов сбыта продукции

4. Третьим этапом развития маркетинга отличается:

- а) достижением в области управления производственными процессами;
- б) расширением международного разделения труда;
- в) ориентацией на потребителя, на рынок

5. К основным причинам, превратившим маркетинг в доктрину современного бизнеса, его философию, относятся:

- а) усложнение внутрифирменных проблем;
- б) появление транснациональных корпораций;
- в) существенное ускорение и удорожание научно-технического прогресса, обострение конкурентной борьбы, повышение риска деятельности фирмы на рынке

6. Укажите, в чём проявляется глобализация современного маркетинга:

- а) маркетинг становится жизненно важной потребностью как крупных монополий, так и мелких фирм;
- б) маркетинг охватывает не только рынок потребительских товаров, но и рынок средств производства, услуг, а также политическую, социальную и культурную сферы;
- в) маркетинг начинают использовать во всех регионах мира

7. Фирмы прибегают к конверсионному маркетингу в случае, если:

- а) отсутствует спрос на товары или услуги;
- б) покупатели отвергают товар вне зависимости от его качества;
- в) потребители испытывают потребность в каком-либо товаре или услуге, отсутствующих на рынке

8. В ситуации чрезмерного спроса применяют:

- а) противодействующий маркетинг;
- б) демаркетинг;
- в) ремаркетинг

9. Важнейшими причинами, вызвавшими широкий интерес к маркетингу в нашей стране, явились:

- а) появившиеся научные разработки по маркетингу;
- б) изменения отношений собственности, разрушение государственной монополии;
- в) потребность использования маркетинга во внешнеторговой деятельности

10. Цели (задачи) деятельности фирм и цели маркетинга:

- а) совершенно идентичны;
- б) тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом как предмет и метод;
- в) совершенно не связаны

11. Рынком покупателя является:

- а) рынок, на котором спрос на товар при фиксированной цене превышает предложение товара;
- б) рынок, на котором предложение товара при фиксированной цене превышает спрос на него;
- в) рынок, который представляет совокупность существующих и потенциальных покупателей.

12. к субъектам рынка относятся:

- а) домохозяйства;
- б) предприниматели, индивидуальные и коллективные потребители продукции, государственные и общественные организации как участники сделок на рынке;
- в) политические партии.

13. Рынок изучается с целью:

- а) удачного вступления в конкурентную борьбу;
- б) использования благоприятно складывающейся конъюнктуры;
- в) разработки тактики поведения фирмы, снижения рисков путём выбора таких рынков, которые будут способствовать достижению фирмой коммерческого успеха.

14. Под конъюктурой рынка понимается:

- а) сложившиеся на рынке традиции купли-продажи товаров;
- б) современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка;
- в) определение ёмкости рынка.

15. К постоянно действующим конъюктурообразующим факторам относятся;

- а) демографическая ситуация;
- б) научно-технический прогресс;
- в) социальные конфликты.

16. К показателям конъюктуры рынка относятся:

- а) маркетинговая стратегия выхода фирмы на новые рынки;
- б) показатели материального производства;
- в) конкуренты и их стратегии

17. Часто используемым на практике методом краткосрочного прогнозирования рынков (в первую очередь биржевых, для которых, характерны резкие перепады цен) является:

- а) прогноз экспертов;
- б) экономико-математический метод;
- в) механистический – «чартизм».

18. Маркетинговые исследования представляют собой:

- а) постановку проблемы исследований, сбор и анализ текущей информации
- б) изучение вторичной информации, анализ поведения потребителей, обобщение полученных результатов;
- в) выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.

19. Вторичная информация представляет собой:

- а) публикацию в общественно-политических и специализированных журналах;
- б) внутрифирменную информацию;
- в) информацию, собранную ранее для других целей, но которая может оказаться полезной для решения данной проблемы.

20. Первичная информация представляет собой:

- а) изучение специализированных журналов, отчётов и проспектов различных организаций, проведение опросов клиентов фирмы;
- б) анализ отчётов торговых агентов и сотрудников структур сбыта продукции;
- в) непосредственное наблюдение за покупателями и посетителями в местах продажи, проведение экспериментов, создание фокус - групп для обсуждения вопросов, относящихся к предмету исследований, проведение опросов о знаниях, убеждениях, предпочтениях лиц, степени их удовлетворённости предлагаемыми товарами.

21. Открытые вопросы при анкетировании:

- а) включают в себя возможные варианты ответов или подсказок
- б) включают в себя шкалы оценок;
- в) не содержат никаких подсказок и позволяют отвечать своими словами

22. Маркетинговая среда фирмы складывается:

- а) из руководства фирмы;
- б) из сотрудников службы маркетинга фирмы;
- в) из активных сил и субъектов, действующих за пределами фирмы и неподдающихся непосредственному контролю с её стороны;

23. Организации и отдельные лица, обеспечивающие фирму и её конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг, являются:

- а) маркетинговыми посредниками;
- б) поставщиками;
- клиентурой.

24. К контактными аудиториями фирмы относятся:

- а) финансовые круги;
- б) эксперты;



в) конкуренты

25. При демографическом анализе используется понятие:

- а) «семья»;
- б) «трудовой коллектив»;
- в) «домохозяйство»

26. Фирма может оказывать воздействие:

- а) на поведение потребителей;
- б) на факторы научно-технической среды;
- в) на выбор сферы деятельности фирмы

27. Сегментацией рынка называется:

- а) метод оценки потенциала фирмы с точки зрения рынка;
- б) разбивка покупателей или рынка на совокупности лиц со схожими потребностями в отношении товара или услуги, достаточными ресурсами, готовностью и возможностью покупать;
- в) выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке.

28. Наиболее важными критериями для сегментации рынков потребительских товаров являются:

- а) уровень платёжеспособного спроса;
- б) географические, демографические, психографические и поведенческие критерии;
- в) сложившиеся традиции в потреблении

29. Под географическим критерием сегментации понимается:

- а) сегментация, построенная по региональному принципу;
- б) разбивка рынка по регионам исходя из климатических различий;
- в) разбивка рынка на разные географические единицы

30. наиболее важными критериями для сегментации рынка товаров промышленного назначения являются:

- а) географический критерий, личность руководителя;
- б) величина фирмы-покупателя, уровень развития технологии производства, платёжеспособность, деловая репутация, личностные характеристики руководителя;
- в) требования к качеству и техническому уровню выпускаемой продукции

31. Массовый маркетинг представляет собой:

- а) сбыт товаров массовому потребителю
- б) массовое производство и сбыт товаров;
- в) массовое производство, массовое распределение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу

32. Целевым маркетингом называют:

- а) проведение разграничения между сегментами рынка и разработка для каждого из них комплекса маркетинга;
- б) выбор одного из нескольких сегментов, производство для него соответствующей продукции и разработка комплекса маркетинга в расчёте именно на этот сегмент;
- в) договорённость между продавцами о разделе рынка на отдельные сегменты.

33. Дифференцированный маркетинг – это маркетинг, ориентированный:

- а) на производство множества товаров разного качества;
- б) на производство разнообразных товаров с разными свойствами, которые привлекательны для двух или более сегментов;
- в) на производство товаров с разными свойствами, в разной оформлении, которые призваны понравиться всем сегментам рынка

34. Позиционированием товара называют:

- а) сравнение и сопоставление на рынке товаров одного вида и определение их позиций на рынке;
- б) действия по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга;
- в) конкурентоспособность товара и степень его внедрения на рынок

35. Канал распределения товаров представляют собой:

- а) путь, по которому движутся товары от производителя к потребителю;

б) такое перемещение товара от производителя к потребителю, при котором существенно сокращаются время и путь доставки;

в) способы реализации товаров потребителям через различные оптово-посреднические организации и розничную сеть

36. Уровень канала распределения определяется:

а) любым посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара, передаче права собственности на него, конечному потребителю;

б) наличием производителя, посредников и потребителей;

в) количеством занятых в канале посредников

37. Вертикальная маркетинговая система – это:

а) система, состоящая из производителя, оптовика и розничных торговцев;

б) производитель розничный торговец и потребитель;

в) система, в которой один из её членов является владельцем всех её каналов или определяет их тесное сотрудничество

38. Планирование товародвижения - это:

а) определение основных функций товародвижения, осуществляемых через каналы распределения;

б) планирование способов физического перемещения товара к местам продажи в точно определённое время и с максимально важным уровнем обслуживания потребителя;

в) планирование деятельности всех людей, связанных с перемещением и обменом товаров и услуг и являющихся участниками канала распределения

39. Наиболее значимые факторы, влияющие на выбор каналов товародвижения:

а) фирма (цели, уровень контроля, объёмы сбыта и прибыли);

б) ресурсы фирмы, гибкость их использования, потребности в сервисе;

в) потребители (их количество, концентрация, размер средней покупки, потребности, часы работы магазинов, ассортимент и помощь торгового персонала, условия кредита)

40. Оптовая торговля – это:

а) обобщённый посредник;

б) деятельность по покупке товаров или услуг с целью их перепродажи или профессионального использования;

в) форма связи с производителем, но не с конечным потребителем

41. Роль агентов и брокеров в товародвижении:

а) выполняют функции по обслуживанию товародвижениями, но не берут на себя права собственности на товар;

б) позволяют производителю увеличить сбыт, несмотря на ограниченные ресурсы;

в) позволяют, не располагая правом собственности на реализуемые товары, увеличивать сбыт, экономить затраты на товародвижение, поскольку обладают подготовленным персоналом

42. Различие между оптовой и розничной торговлей:

а) оптовик заключает сделки с профессиональными клиентами, а не с конечными потребителями;

б) объёмы оптовых сделок крупнее розничных, а торговая зона больше;

в) оптовая торговля отличается от розничной разнообразием выполняемых функций, а также различиями в правовом уложении взимания налогов

43. Основная функция магазина сниженных цен:

а) торговля стандартными товарами по более низким ценам;

б) торговля товарами по сниженным ценам за счёт снижения нормы прибыли и увеличения объёма сбыта;

в) временное использование цен со скидкой

44. Универсам является:

а) сравнительно крупным торговым предприятием самообслуживания;

б) торговым предприятием с низким уровнем издержек;

в) сравнительно крупным предприятием самообслуживания с низким уровнем издержек, невысокой степенью удельной доходности и большим объёмом продаж, рассчитанный на полное удовлетворение нужд потребителей в продуктах питания, стирально-моющих средствах.

45. Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:

- а) создание запасов изделий и продвижение их от места производства до места потребления;
- б) средство, стимулирующее сбыт товаров в сфере торговли;
- в) любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает или о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности, или о влиянии на общество

46. Реклама – это:

- а) текст в газете о товаре;
- б) форма сбыта товара через объявление в средствах массовой информации;
- в) любая оплаченная форма продвижения людей, товаров и услуг определённым рекламодателям

47. Способность рекламы броско, эффективно представить фирму и её товар – это:

- а) способность к увещанию;
- б) экспрессивность;
- в) обезличенность

48. Бюджет на продвижение методом «исходя из целей и задач» формируется исходя:

- а) из объёма текущих продаж;
- б) из затрат конкурентов;
- в) из задач, которые предстоит решить для достижения сформулированных целей

49. Решающим фактором успеха сбытовой организации является:

- а) стимулирование работы персонала;
- б) высокий профессионализм персонала;
- в) интенсивный сбыт

50. Торговая фирма непрерывно использует скидки, купоны, удешевлённые распродажи своих товаров. Подобные действия могут привести к тому, что образ фирмы:

- а) улучшится;
- б) ухудшится;
- в) не изменится

51. Фирма желает увеличить объём продаж своих товаров в магазине за счёт стимулирования импульсивно принимаемых посетителями решений о покупке. Для этого необходимо:

- а) выдавать товар бесплатно каждому 1000-му покупателю;
- б) выдавать купоны на свои товары;
- в) создавать привлекательную витрину магазина

52. Фирма желает обеспечить себе благожелательную известность. Для этого ей необходимо использовать:

- а) рекламу;
- б) пропаганду;
- в) стимулирование сбыта

53. Специалист по пропаганде в фирме:

- а) проводит работу с различными контактными аудиториями;
- б) содействует решению задач товарного маркетинга;
- в) привлекает к работе торговых агентов

54. Под стратегическим планированием понимается:

- а) организация процесса достижения долговременных целей;
- б) формулирование и выбор маркетинговых стратегий фирмы;
- в) управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, её потенциальными возможностями и шансами в сфере маркетинга;

55. Укажите правильный порядок осуществления стратегического планирования:

- а) постановка стратегических задач фирмы – составление плана решения этих задач – назначение ответственных – контроль за ходом решения задач;
- б) формулирование программы фирмы – изложение целей и задач фирмы – разработка плана развития хозяйственного портфеля – разработка стратегии роста фирмы;
- в) формулирование целей и задач фирмы – разработка плана достижения поставленных целей – выделение необходимых ресурсов – оценка результатов реализации плана

56. Планирование маркетинга – это:

- а) составление оперативных планов маркетинга;

- б) проведение ситуационного анализа;
- в) организация непрерывного циклического процесса, при котором фирма стремится соразмерить свои возможности с возможностями рынка и с факторами рынка, не поддающимися контролю со стороны фирмы

57. В ходе проведения ситуационного анализа рассматриваются:

- а) факторы окружающей среды фирмы;
- б) способы выхода и новые рынки;
- в) конкурентные преимущества продукции фирмы

58. Маркетинговому контролю обычно подвергается:

- а) анализ рыночной конъюнктуры;
- б) выбор каналов распределения;
- в) ход выполнения годовых планов и прибыльность бизнеса

59. Ревизия маркетинга – это:

- а) анализ маркетинговой среды и пересмотр целевых установок фирмы;
- б) периодическая коррекция планов маркетинга, осуществляемая по рекомендациям ревизоров;
- в) комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды фирмы, её задач и стратегий с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей и выдачи рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы

Критерии оценки усвоения знаний и сформированности умений:

Отметка	Правильных ответов
«5»	46-59
«4»	30 - 45
«3»	16-29
«2»	до 15

№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ
1	А	21	В	41	В
2	В	22	В	42	А
3	Б	23	Б	43	Б
4	В	24	А	44	В
5	В	25	В	45	В
6	Б	26	В	46	В
7	Б	27	Б	47	Б
8	Б	28	Б	48	В
9	Б	29	В	49	В
10	Б	30	Б	50	Б
11	Б	31	Б	51	В
12	А	32	Б	52	Б
13	В	33	Б	53	А
14	Б	34	Б	54	В
15	Б	35	В	55	Б
16	Б	36	А	56	В
17	В	37	В	57	А
18	В	38	Б	58	В
19	Б	39	В	59	В
20	В	40	Б		

#### 4. Оценка по производственной практике (по профилю специальности)

##### 4.1. Общие положения

Целью оценки производственной практике (по профилю специальности является оценка: 1) практического опыта и умений; 2) профессиональных и общих компетенций.

Оценка производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики учебной и профессиональной деятельности обучающегося на практике)

##### 4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

###### 4.2.1. Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Изучение характеристики оптового торгового предприятия: вид здания, организационно-правовая форма собственности, специализация, хозяйственная самостоятельность.</li><li>2. Ознакомление с устройством склада: составом помещений, площадью, емкостью, технической оснащённостью, охраной склада, противопожарной безопасностью.</li><li>3. Заключение о эффективности использования площадей и емкости склада.</li><li>4. Изучение технологического процесса, составление схемы, анализ состояния использования оборудования и инвентаря.</li><li>5. Знакомство с организацией подготовки товаров к продаже, размещение их на рабочих местах продавцов и в торговом зале.</li><li>6. Оформление заключения о соблюдении правил охраны труда</li><li>7. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на складе.</li><li>8. Анализ структуры ассортимента товаров по характеру спроса.</li><li>9. Анализ спроса на товары, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями).</li><li>10. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения.</li><li>11. Ознакомление с источниками закупки товаров, определение доли разных поставщиков в общем объеме закупок.</li><li>12. Участие в отборе товара у поставщика, составление заказов и их документальное оформление.</li><li>13. Изучение организации, порядка и сроков заключения договоров с поставщиками.</li><li>14. Ознакомление с порядком составления и согласования графиков завоза различными видами транспорта.</li><li>15. Принятие участие в приемке товаров, тары по количеству и качеству от различных поставщиков, ознакомление с товарно-сопроводительными документами, анализ документов.</li><li>16. Составление рекламаций и претензий поставщику на некачественные товары.</li><li>17. Формулировка выводов о соблюдении требований к организации приемки товаров и тары.</li></ol> <p>Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений.</p>	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3, ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6. ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 08., ОК 09., ПО1, ПО2, ПО№3 ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, ПО8, ПО9, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315; У1, У2, У3, 34, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17.

##### 4.3. Форма аттестационного листа

<b>Характеристика профессиональной деятельности обучающегося во время производственной практики (по профилю специальности)</b>
<p>Обучающийся на ___ курсе по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело успешно прошёл(ла) производственную практику (по профилю специальности) по профессиональному модулю</p> <p style="text-align: center;"><b>ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности</b></p> <p>В объёме ___ час с «___» ___ 20__ г по «___» ___ 20__ г в организации _____</p> <p>Виды и качество выполнения работ _____</p>

<b>Виды и объём работ, выполненные обучающимся во время производственной практики (по профилю специальности)</b>	<b>Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика</b>
1. Изучение характеристики оптового торгового предприятия: вид здания, организационно-правовая форма собственности, специализация, хозяйственная самостоятельность.	В соответствии с нормативными требованиями
2. Знакомство с организацией подготовки товаров к продаже, размещение их на рабочих местах продавцов и в торговом зале.	В соответствии с нормативными требованиями
3. Ознакомление с устройством склада: составом помещений, площадью, емкостью, технической оснащённостью, охраной склада, противопожарной безопасностью.	В соответствии с инструкцией
4. Заключение о эффективности использования площадей и емкости склада.	В соответствии с правилами эксплуатации
5. Изучение технологического процесса, составление схемы, анализ состояния использования оборудования и инвентаря.	В соответствии с инструкцией
6. Оформление заключения о соблюдении правил охраны труда	В соответствии с инструкцией
7. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на складе.	В соответствии с требованиями
8. Анализ структуры ассортимента товаров по характеру спроса.	В соответствии с требованиями торговли
9. Анализ спроса на товары, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями).	В соответствии с правилами торговли
10. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения	В соответствии с нормативными требованиями
11. Ознакомление с источниками закупки товаров, определение доли разных поставщиков в общем объеме закупок.	В соответствии с требованиями организации
12. Участие в отборе товара у поставщика, составление заказов и их документальное оформление.	В соответствии с Инструкцией о приёмке товаров по количеству и качеству
13. Изучение организации, порядка и сроков заключения договоров с поставщиками.	В соответствии с нормативными требованиями
14. Ознакомление с порядком составления и согласования графиков завоза различными видами транспорта.	В соответствии с нормативными требованиями
15. Принятие участие в приемке товаров, тары по количеству и качеству от различных поставщиков, ознакомление с товарно-сопроводительными документами, анализ документов.	В соответствии с нормативными требованиями
16. Составление рекламаций и претензий поставщику на некачественные товары.	В соответствии с нормативными требованиями
17. Формулировка выводов о соблюдении требований к организации приемки товаров и тары.	В соответствии с инструкцией

18. Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений.	В соответствии с требованиями
Поиск коммерческих партнёров и заключение договорных отношений.	В соответствии с требованиями организации
Участие в приёмке товаров по количеству и качеству	В соответствии с Инструкцией о порядке приёмки товаров по количеству и качеству
Рекламно-информационная работа в магазине.	В соответствии с требованиями организации
Решение торговых ситуаций (обслуживание покупателей)	В соответствии с Правилами торговли
Товароведно-коммерческая характеристика основных групп непродовольственных товаров.	В соответствии с Правилами торговли
Факторы, влияющие на качество товаров. Упаковка, транспортирование и хранение товаров. Информационные знаки товаров.	В соответствии с Правилами торговли
Дата «__».___.20__	Подпись руководителя практики  Подпись ответственного лица организации

## 5. Фонды оценочных средств для экзамена по модулю

### 5.1. Общие положения

Экзамен по модулю предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля

#### **ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности**

по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

Экзамен включает:

1. Выполнение практических заданий в ходе экзамена;

ОЦЕНОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ		
<b>ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности</b>		
ФИО _____ обучающийся на _____ курсе по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело освоила программу профессионального модуля <b>ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности</b>		
Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля		
Элементы модуля (код и наименование МДК, код практик)	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК.01.01 Организация и осуществления торговой деятельности	Дифференцированный зачёт	
ПП.01	Дифференцированный зачёт	
Итоги экзамена модулю ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности		
Коды проверяемых компетенций	Основные показатели оценки результата	Оценка
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с	1)проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	
	2)достижение целей по распознаванию товаров по ассортиментной принадлежности;	
	3)использование новых средств при формировании торгового ассортимента по результатам анализа потребности в товарах;	

использованием цифровых информационных технологий.	и	4)обоснованный выбор средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;	
		5)соблюдение последовательности расчёта показателей ассортимента;	
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.		1)соблюдение требований оформления договоров с поставщиками и потребителями по результатам заключения торговых соглашений;	
		2)выполнение технологических процессов товародвижения;	
		3)использование современных средств механизации и автоматизации учёта поставок товаров на предприятия	
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.		1)Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
		2)соблюдение правил использования торгово-технологического оборудования на основе действующих норм технического оснащения магазинов;	
		3)соблюдение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»;	
		4)выполнение требований по соблюдению условий и сроков хранения товаров в соответствии с Правилами работы магазина;	
		5)соблюдение правил размещения товаров различными способами на складах и в магазинах в соответствии с Правилами торговли;	
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	к	1) осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. соблюдение требований по приёмке товаров по количеству и качеству согласно инструкциям;	
	его	2)выполнение требований документального сопровождения товародвижения;	
		3)соблюдение различных нормативно-правовых актов, требований ОТ, распространяющихся на деятельность организации;	
		4)выполнение требований (инструкций и правил техники безопасности для санитарно-эпидемиологического благополучия;	
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.		Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.		организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	
ОК 01. Выбирать способы решения задач		- участие в профессионально значимых мероприятиях (конкурсах профмастерства, конференциях, проектах,	



профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	публикации и т.д.)	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- рациональность планирования и организации деятельности	
	- своевременность сдачи заданий, отчетов, практических и лабораторных работ;	
	- обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов проведения обработки и оформления результатов анализов	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять	- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	

стандарты антикоррупционного поведения;		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	- использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	
Дата __. __. 20__	Подписи членов экзаменационной комиссии	

## 5.2. Экзаменационные материалы для экзамена по модулю ЗАДАНИЕ № 1

### Текст задания:

Выполните задание по разработке, оформлению договоров купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ и подготовьте их к защите.

1. Разработайте, оформите договора купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ, согласно условий производственных заданий.
2. Обоснуйте основные условия договор.
3. Назовите причины составления актов приемки товаров и условия их составления.
4. Предложите рекомендации по совершенствованию договорных отношений.

### ЗАДАНИЕ № 2

### Текст задания:

Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величину текущего и прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.
2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар,.
3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

### ЗАДАНИЕ № 3

Текст задания:

Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

#### **ЗАДАНИЕ № 4**

Текст задания:

Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Выбор вида автотранспортных средств для перевозки груза
6. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

#### **ЗАДАНИЕ № 5**

Текст задания:

Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величины текущего и прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.
2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар.
3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

#### **ЗАДАНИЕ № 6**

Текст задания:

Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

#### **ЗАДАНИЕ № 7**

Текст задания:

Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по закупке товара от поставщика в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте таблицы по условиям хранения, размещения товара на складе.
4. Предложите рекомендации по совершенствованию складских операций в торговой организации.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 98972918216828532255789598799073225606492451623

Владелец Макарова Любовь Германовна

Действителен с 29.06.2023 по 28.06.2024