

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол № 11 от 30 мая 2019 г.*

**КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ»**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ (ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В  
ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ –38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО,**

**ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»**

**УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – БАКАЛАВРИАТ**

**Махачкала – 2019**

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

**Составитель** – Атаева Аида Уллубиевна, руководитель основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг».

**Внутренний рецензент** – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

**Внешний рецензент** – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерция и маркетинга ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

**Представитель работодателя** – Абдурашидова Аминат Магомедкамилевна, генеральный директор АНО «Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва».

*Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг», разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» ноября 2015 г. №1334, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017 года, № 301 Министерства образования и науки РФ.*

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг», размещена на сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Атаева А.У. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по преддипломной практике для направления подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг». – Махачкала: ДГУНХ, 2018 г., 36 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2018 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг», Атаевой А.У.

Одобрены на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 23 мая 2018 г., протокол № 10.

## СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств .....	4
РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП .....	5
1.1 Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2. Перечень компетенций с указанием квалификационных заданий .....	5
РАЗДЕЛ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ/ВОПРОСОВ К СОБЕСЕДОВАНИЮ ВО ВРЕМЯ .....	9
РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В РАМКАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ .....	10
РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	27
Лист актуализации оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике .....	30

## **Назначение фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) включает в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО; типовые задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами фонда оценочных средств являются:

- компетентностный подход, соотнесение оценочных материалов с оцениваемыми компетенциями;
- компетентностный подход при формировании критериев оценки знаний, умений, навыков;
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц оценочных материалов);
- объем (количественный состав фонда оценочных средств);
- качество фонда оценочных средств целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении аттестации по результатам прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

# РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП

## 1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>	
<b>ОПК-5</b>	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
<b>ПК</b>	
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>	
<b>ПК-1</b>	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
<b>ПК-2</b>	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
<b>ПК-3</b>	способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
<b>ПК-4</b>	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
<b>ПК-5</b>	выявлять и оценивать риски в организациях малого бизнеса; способность управлять персоналом организаци
<b>ПК-6</b>	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
<b>ПК-7</b>	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
<b>ПК-8</b>	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
<b>ПК-9</b>	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

## 1.2. Перечень компетенций с указанием квалификационных заданий

<i>Компетенции</i>	<i>Показатели</i>	<i>Квалификационные задания</i>
<b>ОПК-5:</b> готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической,	<b>Уметь:</b> определять соответствие объекта проверки нормам технической документации; оформлять техническую документацию, бухгалтерские и хозяйственные документы; осуществлять отбор и проводить анализ наличия необходимой технической документации <b>Владеть:</b>	Выполнить практические задания 1-7.  Заполнить самостоятельно образцы товарно-сопроводительных документов: акт о расхождениях при приемке товаров по качеству и количеству; счет-фактуру.

<p>товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>	<p>заполнение и проверка правильности оформления технической документации, в том числе хозяйственных документов, необходимых для ведения профессиональной деятельности предприятия/организации</p>	
<p><b>ПК-1:</b> способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p><b>Уметь:</b> управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству</p> <p><b>Владеть:</b> методами квалифицированного проведения приемки товаров по количеству и качеству; навыками выбора и использования эффективных методов хранения товаров, обеспечения их сохранности; способами формирования ассортимента товаров</p>	<p>Выполнить практическое задание 8</p>
<p><b>ПК-2:</b> способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p><b>Уметь:</b> управлять торгово-технологическими процессами на предприятии; регулировать процессы хранения; проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов; определять химический состав сырья и связанные с ним потребительские свойства товаров; учитывать и списывать потери</p> <p><b>Владеть:</b> методикой управления торгово-технологическим процессом на предприятии; навыками регулирования процессов хранения; способами проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь; лабораторными методами определения химического состава сырья.</p>	<p>Выполнить практические задания 9 -11</p>

<p><b>ПК-3:</b> готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p><b>Уметь:</b> выявлять и удовлетворять потребности покупателей, формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p> <p><b>Владеть:</b> навыками выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>Выполнить практические задания 12 -16</p>
<p><b>ПК-4:</b> способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p><b>Уметь:</b> проводить идентификацию и выявлять фальсифицированные товары по различным признакам</p> <p><b>Владеть:</b> способами идентификации товаров; методами выявления и предупреждения фальсификации товаров</p>	<p>Выполнить практические задания 17 -18</p>
<p><b>ПК-5:</b> Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	<p><b>Уметь:</b> применять различные стратегии в управлении персоналом, а также различные технологии и методы управления в организациях малого бизнеса</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проведения внутренних аналитических процедур по оценке эффективности организационно-управленческой работы на предприятии/организации</p>	<p>Выполнить практические задания 19 -20</p>
<p><b>ПК-6:</b>Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	<p><b>Уметь:</b> анализировать и вести работу по заключению договоров, а также контролю за их выполнением</p> <p><b>Владеть:</b> критериями выбора деловых партнеров в каждом конкретном случае, обсуждение условий заключения договоров, формулировка взаимовыгодных предложений</p>	<p>Выполнить практическое задание 21</p>
<p><b>ПК-7:</b>Способность организовывать и</p>	<p><b>Уметь:</b> организовывать и планировать</p>	<p>Выполнить практическое задание 22</p>

<p>планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>работу по обеспечению предприятия /организации материально-техническими ресурсами, а также работу собственной службы материально-технического обеспечения</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  навыками закупки необходимого торгово-технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгово-технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами</p>	
<p><b>ПК-8:</b>готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p><b><u>Уметь:</u></b>  оценить уровень качества торгового обслуживания на предприятии/организации и разработать мероприятия, направленные на повышение качества обслуживания клиентов</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  методикой проведения аналитических процедур по оценке качества торгового обслуживания на предприятии/организации и внедрения мероприятий, повышающих качество торгового обслуживания</p>	<p>Выполнить практическое задание 23</p>
<p><b>ПК-9:</b>готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p><b><u>Уметь:</u></b>  анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации; разрабатывать маркетинговые стратегии организации в сфере профессиональной деятельности; применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем предприятия/организации.</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  навыками применения эффективных маркетинговых стратегий в товарной политике предприятия /организации, ценообразовании, сбыте, логистике, продвижении, информировании с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ компании</p>	<p>Выполнить практические задания 24 -25</p>



## РАЗДЕЛ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ/ВОПРОСОВ К СОБЕСЕДОВАНИЮ ВО ВРЕМЯ

<i>Проверяемая компетенция</i>	<i>Примерные вопросы</i>
<p><b>ОПК-5:</b> готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>	<p>- назовите основные виды технической документации, применяемой на предприятиях торговли</p> <p>-какие основные правила документального оформления товарных операций и отчетности материально - ответственных лиц о наличии и движении товаров указаны в Методических рекомендациях по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденных письмом Комитета Российской Федерации по торговле от 10 июля 1996 N 1-794/32-5</p>
<p><b>ПК-1:</b> способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>-обобщите действующие федеральные законы, нормативные и технические документы, необходимые для осуществления профессиональной деятельности при формировании ассортимента, приемки товаров по количеству и качеству, контроле качества</p> <p>- как Вы понимаете понятие «оптимизация ассортимента»</p>
<p><b>ПК-2:</b> способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p>-сделайте краткий обзор требований федеральных законов, нормативных и технических документов к организации торгово-технологического процесса на предприятии/организации</p> <p>-что значит обеспечить соответствие торгово-технологического процесса научно-техническому уровню, использование передовой техники, прогрессивных трудовых процессов, научной организации труда?</p> <p>- какие направления минимизации издержек Вы предложили бы торговому предприятию?</p>
<p><b>ПК-3:</b> готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>-опишите комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в т.ч. средств рекламы товаров, применяемых на предприятиях торговли</p> <p>- какие тенденции развития спроса и предложения наблюдаются в настоящее время на потребительском рынке региона?</p>
<p><b>ПК-4:</b> способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>-какие риски возможны при реализации предприятием фальсифицированной продукции?</p> <p>-расскажите о наиболее часто встречающемся контрафакте на российском потребительском рынке</p>
<p><b>ПК-5:</b> способность управлять</p>	<p>-опишите особенности организационно-</p>

персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	управленческой работы на предприятии -кратко опишите содержание законодательной базы в работе с коллективами малых предприятий
<b>ПК-6:</b> способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	-какие нарушения по заключению договоров в деятельности торгового предприятия Вам знакомы? -чем Вы лично руководствовались бы при выборе деловых партнеров для предприятия?
<b>ПК-7:</b> способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	-охарактеризуйте основные каналы сбыта предприятия -назовите основные подходы к перспективному планированию ресурсов предприятия
<b>ПК-8:</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	-из чего складывается микромир предприятия, назовите технологические и психологические составляющие? -опишите основные черты профессионализма и квалификации сотрудников любого коммерческого предприятия
<b>ПК-9:</b> готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	-кратко опишите стратегии, используемые коммерческими предприятиями - в чем смысл SWOT-анализа деятельности предприятия

### **РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В РАМКАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Формой промежуточной аттестации обучающихся по практике является зачет с оценкой. По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождения промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Основной этап практики - выполнение общего и индивидуального научного задания. При выполнении общего и индивидуального научного заданий обучающийся использует методическую литературу и открытые интернет-источники для выполнения.

*Общее задание.* Содержание общего задания отражается в рабочей тетради и в отчете. В рабочей тетради обучающиеся выполняют практические задания. В отчете отражают характеристику предприятия (структуру, технику безопасности, ассортимент, торгово-технологические процессы, материально-техническое обеспечение и т.д.). Общее задание является основополагающим для дальнейшей работы над раскрытием темы индивидуального научного задания.

*Индивидуальное научное задание.* Содержание индивидуального научного задания по учебной практике (практике по получению первичных

умений и навыков научно-исследовательской деятельности) обсуждается обучающимся совместно с руководителем практики, учитывая специфику организации и возможности в предоставлении материалов по отдельным аспектам организационной работы. Выполнение индивидуального научного задания предполагает:

- анализ литературы по выбранной теме;
- участие в проведении аналитических исследований (по согласованию с руководителем практики);
- работа по выбранному направлению деятельности предприятия / организации.

Итоги работы над индивидуальным научным заданием оформляются в виде реферата.

### **Практические задания**

**Задание 1.** Изучите бланки учетной документации по приемке товаров по качеству и количеству, выполните их оформление.

**Задание 2.** Оформить «Накладную» (Приложение № 1) по условию: со склада магазина «Орион», для реализации в торговый зал магазина отпущен следующий перечень товара:

1. 50 кг перловой крупы по цене 45 рубля 50 копеек за 1 килограмм;
2. 45 кг манной крупы по цене 40 рублей 50 копеек за 1 килограмм;
3. 100 кг пшенной крупы по цене 35 рублей за 1 килограмм;
4. 100 кг копченой колбасы «Флотская» по цене 300 рублей за 1 килограмм;
5. 1 фляга сметаны (15 кг) по цене 150 рублей за 1 килограмм.

Товар отпущен кладовщиком Короваевой Н.А., получен заведующим отделом «Продукты» Продавайкиной И.Т.

**Задание 3.** Оформить «Накладную» (Приложение № 1) на отпускаемые товары со склада «Бытовая химия и парфюмерия» магазину «Самая красивая», по доверенности выданной 10.11.12 г. Коробейниковой С. Р. по паспорту - № 9900 серия 2345, выданного РОВД Никольского района 12.12.80г.

№ п/п	Наименование товара	Количество единиц	Цена за единицу
1	Шампунь «Чистая линия»	50 шт.	40-00
2	Шампунь «Ромашка»	55 шт.	40-00
3	Крем-мыло «Ласковые ручки»	35 шт.	15-00
4	Мыло «Малыш»	59 шт.	12-00
5	Зубная паста «Лакают»	60 шт.	80-00
6	Гигиеническая губная помада «Ягодка» в ассортименте	60 шт.	60-00
7	Крем для ухода за кожей лица дневной «Жемчуг»	30 шт.	70-00
8	Крем для ухода за кожей лица ночной	30 шт.	180-00

	«Жемчуг»		
9	Туалетная вода «Роза»	10 шт.	600-00
10	Порошок стиральный «Обычный»	10 шт.	45-00

Задание 4. Оформить «Акт о расхождении при приемке товаров по качеству и количеству» (Приложение № 2), по следующему условию: в магазине «Ромашка», в период приемки товаров выявлено несоответствие количества товаров, указанное в документе и фактическое:

№ п/п	По документам должно быть:	Фактически при приемке имеется:
1	Колбаса «Докторская» - 215 кг., по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.	Колбаса «Докторская» - 205 кг., по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.
2	Колбаса копченая «Флотская» - 120 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.	Колбаса копченая «Флотская» - 119 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.
3	Колбаса копченая «Водительская» - 40 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.	Колбаса копченая «Водительская» - 35 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.

Учитывая данное условие, определите разницу, образовавшуюся в при приемке товаров в их количестве, определите недостача это или излишек. Оформите «Акт» с учетом следующих представителей комиссии: Заведующий складом Воробьев О.В., бухгалтер магазина Банная А.В., кладовщик (укажите собственное Ф.И.О), датой оформления акта проставить день его оформления.

Задание 5. Оформить бланк «Счет-фактуры» (Приложение № 3) по следующему условию: с базы склада «Продукты», отпускается следующий список товаров для магазина «Продовольственные товары», через экспедитора Помогайкина Е.Е.:

1. Колбаса «Докторская» - 215 кг. по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.
2. Колбаса копченая «Флотская» - 120 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.
3. Колбаса копченая «Водительская» - 40 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.
4. Лук – 300 кг по цене 30 руб.50 коп. за 1 кг.
6. Чеснок – 25 кг по цене 35 руб.00 коп. за 1 кг.

Рассчитайте цену с учетом НДС – 18%. Дату оформления проставьте по дню заполнения документа.

Задание 6. Оформить бланки «Доверенность» (Приложение № 4) , «Накладная» (Приложение № 1) , «Счет-фактура» (Приложение № 3), по следующему условию: мебельная база «Уют» реализует магазину «Квартирный вопрос» следующие товары:

1. Диваны «Наташа» - 5 шт. по цене 9999-99 руб. за 1 шт.
2. Кресла кровати «Весна» - 10 шт. по цене 7500-50 руб. за 1 шт.
3. Столы компьютерные «Ольха» - 6 шт. по цене 8000-66 руб. за 1 шт.
4. Стулья винтовые – 6 шт. по цене 750-50 руб. за 1 шт.
5. Стулья кухонные – 3 шт. по цене 570-50 руб. за 1 шт.

Товар отпущен через экспедитора Муравьева В.И. (Владимира Ивановича), по доверенности № 20, выданной 15 мая 2013 г, на основании договора о поставке мебельных товаров, и приплаченному счету № 34, дата оплаты счета 10 мая 2013 года, номер «Накладной» - 010, выдана 16 мая 2013 года. Оплата счета произведена в «Росдонбанке». Доверенность на получение выше указанного товара выдана на имя Муравьева В.И. на основании паспорта серия 9900, № 12345, выданного ОГУВД г.Самара от 16 сентября 1986 года.

Задание 7. Изучить «Перечень сертификатов к расходной накладной» (Приложение № 5). Определить орган выдавший сертификат на следующий перечень товаров:

1. Сметана «Сметановна» 15% жирности 200 грамм,
2. Консервированные ананасы «Виталенд» 580 грамм,
3. Сыр «Хохланд» 200 грамм.

Соотнесите искомые сведения в таблицу:

п/п	Наименование товара	Регистрационный номер	Орган, выдавший сертификат	Дата выдачи	Действителен до:

Задание 8. Сеть супермаркетов премиум-класса «Азбука вкуса» (Управляющая компания – ООО «Городской супермаркет») была основана в 1992 году. Основная задача, стоявшая перед учредителями, заключалась в том, чтобы продавать товары эксклюзивного класса, которые сложно было бы встретить в обычных магазинах Москвы. Клиентами сети магазинов «Азбука вкуса» являются взыскательные и требовательные покупатели, которых необходимо заинтересовывать широким и уникальным ассортиментом.

Путем этих усилий зародился сегмент розничной торговли – супермаркеты премиум-класса. На Западе нет магазинов с подобным форматом: есть магазины, которые либо занимаются продажей качественных товаров, либо гастрономические магазины для гурманов. «Азбука вкуса» объединила в себе оба этих формата, продавая как деликатесы, так и продукты на каждый день. Первый магазин под названием «Азбука вкуса» был открыт в 1997 году. На тот момент не было единых сетевых требований по ассортименту и обслуживанию. Поэтому было принято решение развивать торговую сеть в рамках единой маркетинговой, ценовой, мерчендайзинговой, закупочной, операционной и кадровой политики, а также единого фирменного стиля. Несмотря на все усилия, бизнес развивался не теми темпами и не в том направлении, которые устраивали бы всех учредителей. У многих покупателей сложилось впечатление, что у торговой сети «Азбука вкуса» очень дорогие магазины. Потребовалось немало усилий, чтобы изменить

сложившиеся стереотипы восприятия «Азбуки Вкуса» как не дорогих магазинов, а магазинов, в которых помимо обычных товаров, продающихся по приемлемым ценам, представлен широкий выбор качественных уникальных товаров.

Новое позиционирование бренда стало приносить отдачу, сделав компанию законодателем тенденций и одним из лидеров российского розничного рынка в выбранном сегменте. На сегодняшний день ассортимент «Азбуки Вкуса» насчитывает более 18 тысяч наименований товаров. *Целевая аудитория* – мужчины в возрасте от 35 до 55 лет и женщины в возрасте 25–45 лет, преимущественно женатые/замужние, с высоким уровнем дохода.

*Позиционирование* – магазин для тех, кто стремится приобретать высококачественные товары, а также продукцию, обладающую уникальными свойствами и характеристиками, которые не представлены в обычных сетевых магазинах.

В таблице представлена основная информация, необходимая для выполнения заданий.

Таблица 1. Показатели сбыта продовольственных новогодних наборов (корзин) в сети магазинов «Азбука вкуса» за 2015 и 2016 гг.

Виды продовольственных новогодних наборов	Продажная цена в супермаркетах «Азбука вкуса», руб.		Количество реализованных наборов в декабре месяце (шт.)		Выручка в декабре месяце, тыс. руб.	
	2015 г. (p <sub>0</sub> )	2016 г. (p <sub>1</sub> )	2015 г. (q <sub>0</sub> )	2016 г. (q <sub>1</sub> )	2015 г.	2016 г.
Продовольственная корзина № 1. (Водка Finlandia Platinum, 0.7 L; Осетр х/к, Selection, ломтики, 200 г, Россия; Осетр натуральный, «Астраханский рыбзавод», 240 г, Россия; Риет (паштет) гусиный, «Ле Бон Гу», 180 г, Россия; Оливки «Каламата», 365 г, Греция; Печенье соленое «Пуфы со сливочным сыром и луком», Harrou Hour, 70 г, Нидерланды; Колбаса с/в чоризо, ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Колбаса с/в «Сальчичон Экстра», ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Грибы белые маринованные, «Кедровый бор», 277 г, Россия; Сыр из козьего молока «Кабрита» 50%, «Сырных дел мастер», 100 г, Россия; Крекер с сыром грюйер, ДАО, 100 г, Франция; Горчица	9500	10500	2 196	1798	20862	18879

с инжиром для сыров и мяса, Cascina San Cassiano, 460 г, Италия; Новогодний декор)						
Продовольственная корзина № 2. (Вино итальянское красное Palazzo della Torre IGT Veronese Allegrini, 0.75 L; Соус бальзамический, ANTICHI COLLI, 250 мл, Италия; Оливки черные «Гурмэ» в оливковом масле Extra Virgin, COQUET, 240 г, Испания; Колбаса с/в чоризо, ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Хлебные палочки с кунжутом и семенами чиа без глютена, Le Veneziane, 250 г, Италия; Набор из трех видов соусов для сыров, Lazzaris, 3x50 г, Италия; Рьет (паштет) из утки, «Ле Бон Гу», 180 г, Россия; Грудинка свиная с/к, «Златиборац», 80 г, Республика Сербия; Сыр пармезан тертый 38%, Cheese Gallery, хлопья, 100 г, Уругвай; Артишоки резаные кубиками, Le conserve della nonna, 270 г, Италия	7000	7500	2 688	2396	18816	17970

Таблица 2. Матрица ABC-анализа продовольственных товаров сети магазинов «Азбука вкуса» в 2016 г.

Товары	Объем продаж, млн. руб.	% к итогу	Накопленная частота, %
Алкоголь	744567	13,65	13,65
Бакалейные товары	597089	10,94	24,59
Кондитерские изделия	520545	9,54	34,13
Рыба, морепродукты	504780	9,25	43,38
Сыры	489987	8,98	52,36
Напитки (соки, воды)	487890	8,94	61,30
Овощи, фрукты	470340	8,62	69,92
Мясные изделия	450245	8,25	78,17
Кулинария «Уже готово»	413564	7,58	85,75
Молочная продукция	401170	7,35	93,10
Торты, пирожные	189567	3,48	96,58
Хлебобулочные изделия	185900	3,42	100
Итого:	5455644	100,0	

Определите: При проведении ABC-анализа в категории (группы) «В» и «С» попадут следующие виды продовольственных товаров сети «Азбука вкуса» ...

*Для решения задания используйте таб 1 и таб 2.*

Задание 9. Используя условие задачи 3, определите: По итогам продаж супермаркетами торговой сети «Азбука вкуса» новогодних продовольственных подарочных наборов была получена выручка, данные о которой за 2 истекших периода представлены в таблице «Показатели сбыта продовольственных новогодних наборов (корзин) в сети магазинов «Азбука вкуса» за 2015 и 2016 гг.». Сопоставляя показатели выручки в отчетном 2016 году с аналогичными показателями базисного периода 2015 года, был определен индекс товарооборота всех типов продовольственных наборов в фактически действовавших (текущих) ценах ( $I_T$ ), который составил. (Ответ округлите до сотых.)

Задание 10. В штат компании логистического оператора на позицию коммерческого директора был принят новый сотрудник с небольшим опытом работы, но с большим энтузиазмом. Благодаря его энергии, на склад удалось привлечь новых клиентов. Однако директор склада ответственного хранения этой компании столкнулся со сложностями, вызванными резким увеличением объема грузообработки на складе. Так, появились конфликтные ситуации по приемке продукции, когда результаты инвентаризации выявляли большие расхождения. По отгрузкам также появились нарекания. На совещании функциональных директоров компании было принято решение внедрить новую систему мотивации персонала, которая позволяла бы, в том числе, отслеживать качество приемки и отгрузки, следовательно, обеспечивать высокий уровень сервиса.

Внедрение системы мотивации началось с самых ответственных участков склада – отделов приемки и отгрузки. При приемке продукции склад берет на себя ответственность по обеспечению сохранности товаров, а при отгрузке показывает уровень своего сервиса, оцениваемый уже клиентами.

На совещании через 1,5 месяца были озвучены критерии мотивации сотрудников отдела приемки (Таблица 1.) и отгрузки (таблица 2.), а бухгалтерии удалось даже измерить ряд показателей (таблица 3.).

Таблица 1. Критерии мотивации и методика расчета премиальной части заработной платы сотрудников отдела приемки

Критерий мотивации	Величина критерия % считается относительно оклада
Время работы в компании (выслуга лет)	Надбавка 5% к окладу через 6 месяцев, 10% через год, 15% при работе более 2 лет
Объем принятого на склад товара в м <sup>3</sup>	% превышения месячного плана по приемке (т.е. если факт выполнения плана составил 110%, то премия составит 10% от



	оклада % премии = факт (м <sup>3</sup> ) / план (м <sup>3</sup> ) * 100%
Суммарное количество принятых позиций	Коэффициент сложности 0,8 < Ксл < 1,2 До 1 – не начисляется, свыше 1 – начисляется процент превышения (т.е. если 1,05, то добавляется 5%)
Количество выявленных после приемки ошибок приемки, маркировки, упаковки	Шкала оценки: до 0,2% ошибок приемки, маркировки, упаковки – премия 5% от оклада при условии выполнения плана; 0,21%–0,3% ошибок в заказе – допустимые значения ошибок при приемке, приняты за норму (ни премий, ни штрафных санкций не начисляется); от 0,31 до 0,6% – штраф в размере ущерба, если он определен, или 10% от оклада. Свыше 0,61% – снятие с должности
1-е место в соревновании между сменами при условии выполнения плана	Премия до 5% от фонда оплаты труда смены, распределяет начальник индивидуально

Таблица 2. Показатели, положенные в основу начисления заработной платы сотрудника отдела отгрузки и методика ее начисления

Показатель	Документ – основание для измерения показателя	Количество в месяц по сотруднику, шт.	Пороговое значение процента безошибочных заказов, не менее, %
Доля заказов без отказов, %	Акт установления расхождений на заказы с отказами (пересорт, отсутствие)	4	99,97
Доля заказов без претензий к товару, %	Акт установления расхождений на заказы с претензиями к товару (повреждения)	1	99,98
Доля заказов без претензий к ТСД, %	Количество переоформленных ТСД по заказам	1	99,98
Доля заказов без срыва регламента поставки, %	Количество писем о срывах сроков поставки (вина склада)	2	99,98

Заработная плата сотрудников отдела отгрузки складывается из следующих составляющих: оклад + премия. Премия зависит от доли совершенных, то есть выполненных безошибочно, заказов. Для начисления заработной платы плановым отделом бухгалтерии замеряются доли совершенных заказов (подсчитывается количество документов, удостоверяющих факт некачественно выполненной отгрузки). По каждому измеряемому показателю начисляется премия в размере 10% от оклада, но только в том случае, если процент отклонения фактической доли показателя от плановой не превышает 0,1%.

Количество отгруженных заказов за месяц – 1400. Оклад по должности равен 20000 руб.

Таблица 3. Характеристика результатов работы сотрудников отдела приемки в октябре для начисления премиальной части заработной платы

Показатель	Исходные данные	
	Иванов	Петров
Время работы в компании, мес.	30	11
Фонд оплаты труда смены, руб.	200000	200000
Количество сотрудников в смене, чел.	10	10
План приемки, м <sup>3</sup>	10000	10000
Факт приемки, м <sup>3</sup>	12500	12500
Безошибочно принятые заказы, %	99,9	99,7
Коэффициент сложности заказов	1,06	0,97

Оклад сотрудников отдела приемки равен 20000 руб. в месяц.

Дополнительно известно, что по итогам месяца бригадир распределил поровну между 10 сотрудниками отдела приемки премию за 1 место в соревновании смен.

*Определите:* Размер заработной платы сотрудника отдела приемки Иванова в октябре с учетом премиальной части заработной платы, рассчитанной по системе мотивации, составил \_\_\_\_\_ рубля(-ей).

Задание 11. *Используя условие задания 5 определите:* Размер заработной платы сотрудника отдела приемки Петрова в октябре с учетом премиальной части заработной платы, рассчитанной по системе мотивации.

Задание 12. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задание 13. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

Задание 14. *Используя условие задания 5 определите: Установите соответствие между критерием мотивации и его целью (на решение каких задач направлено установление данного критерия).*

- 1.Время работы в компании (выслуга лет)
2. Объем принятого на склад товара (м<sup>3</sup>)
- 3.Суммарное количество принятых позиций
4. Количество выявленных после приемки ошибок приемки, маркировки, упаковки
5. 1-е место в соревновании между сменами при условии выполнения плана

Задание 15. По результатам анализа полной стоимости в логистике руководство компании приняло решение реорганизовать свою цепь поставок. Требуется выбрать складской комплекс с целью хранения бакалейных товаров (крупы, макароны, сахар, соль) для поставки в магазины Москвы и Московской области. Основные поставки идут с нескольких складов, расположенных в Ростовской области. Ежедневно на склад поступает 48 т груза (2 фуры, грузоподъемность по 24 т или доставка железнодорожным транспортом). Доставка по Москве будет осуществляться «Газелями» (грузоподъемность 1,5 т). Руководитель отдела логистики рассматривает три варианта склада по ряду параметров (таблица 1).

Для принятия решения руководитель пригласил группу экспертов для оценки имеющихся вариантов. Опираясь на стратегию построения логистической цепи, эксперты оценили имеющиеся варианты (таблица 2).

Таблица 1. Характеристики складов

Параметр сравнения / Номер склада	1	2	3
Месторасположение	Трасса М4 (Каширское шоссе), 11 км от Москвы	Трасса М4 (Каширское шоссе), 30 км от Москвы	Трасса М5 (Новорязанское шоссе), 6 км от Москвы
Арендная ставка	4500 руб./ кв. м в год	5500 руб./ кв. м в год	5000 руб. / кв. м в год
Минимальный объем сдаваемых площадей в аренду	3000 кв. м	3000 кв. м	1000 кв. м
Возможность субаренды	Да	Да	Нет
Наличие железнодорожной ветки	Да	Нет	Да
Возможность установки фасовочной линии	Нет	Да	Да

Таблица 2. Оценки экспертов по рассматриваемым параметрам

Параметр	Удельный	1	2	3

сравнения/Номер склада	вес	Оценка	Оценка	Оценка
Месторасположение	0,25	4	3	5
Арендная ставка	0,3	5	3	4
Минимальный объем сдаваемых площадей в аренду	0,15	3	3	5
Возможность субаренды	0,15	5	5	5
Наличие железнодорожной ветки	0,05	5	0	5
Возможность установки фасовочной линии	0,1	0	5	5

Таблица 3. Остатки на складе (Ростовская область) по месяцам 2016 г.,

т

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Остатки на складе на конец месяца, т	71	70	81	95	99	105	110	87	81	67	73	61

*Определите:* На основании оценок экспертов следует выбрать склад номер. При решении задания используйте таблицу № 1, 2 и 3

Задание 16. В сегменте «жевательные конфеты и мармелад» одним из самых крупных брендов являются жевательные конфеты Skittles, компании Wrigley (Mars inc.). Skittles имеет долю 11% в сегменте «жевательных конфет и мармелада», занимая вторую позицию после Fruittella (рис. 1). Однако конфеты Fruittella представлены на рынке, как в формате жевательных конфет, так и мармелада, в то время как Skittles сфокусирован на производстве исключительно жевательных конфет.

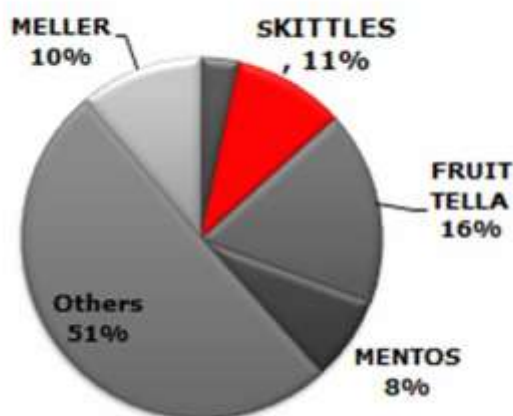


Рис. 1. Доля рынка брендов сегмента «жевательные конфеты и мармелад» (по данным Nielsen, 2016)

Из рисунка 1 видно, что даже торговые марки, занимающие лидирующие позиции в сегменте, достигают не более 16% доли рынка, а более 51% приходится на небольшие бренды локальных производителей. Жевательные конфеты Skittles появились в России в 2002 году. Они не имеют аналогов на рынке, так как обладают уникальной технологией производства, которую очень сложно повторить. В пачке 5 разных фруктовых вкусов, каждая конфета имеет мягкий центр и твердую глазурь, брендированную буквой «s». Сегодня портфель марки представлен двумя форматами и продается в четырех вкусах (рис. 2):



Рис. 2. Портфель жевательных конфет Skittles в России

У бренда Skittles есть свои отличительные характеристики: Целевая аудитория – подростки и молодые люди 14–25 лет. *Позиционирование* – Skittles открывает мир с необычной стороны, показывает, что в обычной реальности могут существовать самые непредсказуемые вещи. *Девиз бренда* – «Со Skittles всегда ожидай самого неожиданного!». Skittles является лидером по поддержке на ТВ в категории кондитерских изделий и обладает самой высокой узнаваемостью среди конкурентов. Это

один из самых популярных брендов среди молодежи не только во всем мире, но и в России, его группа в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более 700 тыс. подписчиков.

Приложение 1. Кондитерская категория прикассовой зоны торговых розничных предприятий (по данным Nielsen, 2016)



Приложение 2. PEST-анализ факторов, влияющих на рынок кондитерских изделий и сегмент «жевательных конфет и мармелада», 2016 г.

Факторы	Содержание
Политические	Напряженные политические отношения с США (-)
	Победа Дональда Трампа на президентских выборах в США (+/-)
Экономико-демографические	Финансовый кризис (-)
	Снижение роста благосостояния населения (-)
	Резкое изменение курса валют (+/-)
Социокультурные	Популярность здорового образа жизни (-)
	Борьба с проблемой лишнего веса (-)
Технологические	Широкое распространение и использование глобальной компьютерной сети Интернет и социальных сетей (+)
	Новые технологии производства (+)

Приложение 3. План рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и в социальных сетях на 2017 г.

2017 год	Продвижение в соц. сетях	СМС-рассылка	SEO	E-mail	Контекстная реклама	Поддержка сайта	Всего
Январь	144 005	161 726	152 673	124 925	180 865	55 250	
Февраль	144 100	161 726	153 789	124 876	180 293	55 250	

Март	144 303	162 926	153 998	124 995	180 926	55 250	
Апрель	145 198	163 190	155 998	124 995	181 378	55 250	
Май	145 498	163 536	155 998	125 995	181 982	55 250	
Июнь	145 588	164 794	156 881	127 789	182 873	55 250	
Июль	145 620	164 794	158 838	127 934	184 172	55 250	
Август	145 689	165 794	158 799	127 555	184 281	55 250	
Сентябрь	145 888	167 571	158 888	127 995	184 019	55 250	
Октябрь	145 984	167 344	158 888	127 995	188 378	55 250	
Ноябрь	145 995	168 745	158 888	128 997	188 068	55 250	
Декабрь	145 997	168 854	158 997	129 949	188 265	55 250	
Σ	1 743 865	1 981 000	1 882 635	1 524 000	2 205 500	663 000	10 000 000

Определите: Планируемая выручка компании Wrigley (Mars inc.) от продажи жевательных конфет Skittles в 2017 году составляет 340 млн руб. при полной себестоимости продукции в 312,25 млн руб. Для достижения поставленной цели маркетологами компании-производителя, в рамках сформированного маркетингового плана, был разработан бюджет рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и социальных сетях.

Индекс возврата инвестиций (ROI), определяемый как отношение разницы между выручкой, себестоимостью товаров и затратами на продвижение к сумме расходов на рекламную кампанию (затраты на продвижение) составит \_\_\_\_\_%.

*При решении задания используйте файл приложение 3.*

Задание 17. Сыр "Российский" в 100 г содержит белка 24,2%. Какое количество необходимо употребить человеку данного сыра для удовлетворения суточной потребности в белках? Какие пищевые продукты являются наиболее богатым источником белков? Назовите основные свойства белков? Укажите классификацию белков.

Задание 18. В магазин поступила партия цветной капусты свежей для розничной продажи населению, соответствующей отборному сорту, расфасованной в деревянные ящики по 15 кг, общая масса 1,5 т. При транспортировке автофургон попал под дождь, и было принято решение о проведении экспертизы качества данной партии капусты. Экспертиза выдала заключение, в котором отмечалось: головки плотные, чистые, с бугорчатой поверхностью, без постороннего запаха и привкуса, размер головок по наибольшему поперечному диаметру 9 см, 3% головок были с пророщенными внутренними листочками.

Задание 19. В трудовой коллектив, где существует конфликт между двумя группами по поводу внедрения нового стиля руководства, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны. Каким образом, по вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе? Обоснуйте свой ответ.

1. Установить тесный контакт со сторонниками нововведений и, не принимая всерьез доводы приверженцев старого стиля работы, вести работу по внедрению новшеств, воздействуя на несогласных силой своего примера и примера других.
2. Попытаться разубедить и привлечь на свою сторону приверженцев прежнего стиля работы, противников новаций, воздействовать на них аргументами в процессе дискуссии.
3. Выбрать наиболее авторитетных членов коллектива, поручить им разобраться в сложившейся ситуации и предложить меры по ее нормализации, опираясь на поддержку администрации, профсоюза и т.д.
4. Изучить перспективы развития коллектива, поставить перед коллективом новые задачи совместной трудовой деятельности, опираясь на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

Задание 20. Работник ООО «Холдинг Комп.» В. Е. Горбачев работал в коллективе 8 лет (ему 26 лет). Все в отделе его ровесники. Большинство из них не женаты, в том числе и он. После окончания заочно Крымского института бизнеса он назначается менеджером одной программы в производственном отделе. Манеры поведения, деловые коммуникации, формы контакта остались у него прежними: обращения друг к другу по имени, прозвищу независимо от возраста, частые насмешки, встречаются приписки, не отказывается с членами отдела дегустировать вина. Социально-психологический климат в коллективе стал прохладным, менеджер перестал быть формальным лидером. По итогам первого полугодия его коллектив занял последнее место. Менеджер стал часто раздражаться, повышать голос, браковать работу. Дисциплина трудовая и производственная осталась низкая. Менеджер стал чаще выполнять, доделывать, переделывать работу за подчиненными. Производственные показатели коллектива не повышались.

- Сформулируете сущность проблемы;
- определите главные ошибки менеджмента;
- примите и сформулируете решения.

Задание 21. Вы - сотрудник компании «Поле-Полюшко», ваша профессиональная сфера - торговля птицей. Вы договорились о поставке птицы из Саратовской области крупному московскому дилеру. Товар уже в пути. Клиент ультимативно потребовал встречи по поводу изменения условий поставок. На встрече он требует изменить условия поставки и расфасовку. Говорит о том, что у него есть другой поставщик, который готов выполнить все его условия и дать лучшую цену. Клиент - коммерческий директор базы. Ваша цель - урегулировать конфликт, сохранить долгосрочные отношения и предотвратить подобные ситуации в будущем. Клиент. У вас нет другого поставщика, но вам необходимо получить требуемые вами условия. Вы допустили ошибку, пообещав вашему клиенту



другую расфасовку. Если вы не договоритесь с «Поле-Полюшко», отвечать придется вам перед вашим клиентом.

Задание 22. Торговое предприятие, занимающееся реализацией строительных товаров в Псковской области, в отчетном периоде достигло показателя объема продаж 20 млн. рублей. Уровень запасов предприятия составили 20% от объема продаж, причем расходы на содержание запасов оказались равны 20% от их стоимости. Прочие операционные издержки предприятия за отчетный год увеличились до 15 млн. рублей. Долгосрочные активы предприятия (оборудование, здания и сооружения) были оценены в 20 млн. рублей.

Требуется оценить эффективность логистической работы предприятия путем расчета доходности на активы. Как изменится значение данного показателя, если уровень запасов сократится до 18% от объема продаж благодаря оптимизации логистических операций?

Задание 23. Посетить любой автосалон города и оценить качество торгового обслуживания. Результаты отразить в анкете.

*Анкета для оценки качества обслуживания покупателей*

<i>Вопросы для оценки</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Продавцы отреагировали на Ваш приход в автосалон?		
Поприветствовал ли Вас продавец-консультант и предложил ли помощь в выборе автомобиля?		
Продемонстрировал ли продавец заинтересованность в помощи при выборе автомобиля?		
Смог ли продавец правильно понять Ваши потребности?		
Смог ли он продемонстрировать свои исключительные знания о предложенном автомобиле?		
Внимательно ли продавец слушал Ваши вопросы?		
Смог ли продавец грамотно ответить на Ваши вопросы?		
Прибегнул ли продавец-консультант к помощи другого продавца консультанта из-за некомпетентности в каких-то вопросах?		
Насколько продавец-консультант был сфокусирован на обслуживании?		

Задание 24. Местная фирма производит шины для автомобилей. Выход иностранной компании на рынок, на котором ранее доминировали местные фирмы, изменяет условия конкуренции. Иностранная фирма обладает определенным опытом и ресурсами, привносит новые элементы в конкурентную борьбу. Выход на рынок крупной фирмы может изменить не только расстановку сил конкурирующих компаний, но и сам характер конкуренции. Что делать фирме в этой ситуации ?

**Критерии оценки выполнения практических заданий:**

Оценка «отлично» (высокий уровень сформированности компетенции) ставится, если все задания выполнены правильно, ответы на вопросы даны аргументировано, сделаны обоснованные выводы по заданию со ссылкой на соответствующие правовые нормы, ответ изложен логически последовательно. Ситуация рассмотрена студентом с различных позиций. Выполнено 25 заданий.

Оценка «хорошо» (достаточный уровень сформированности компетенции) – задания в целом выполнены, но имеют отдельные недостатки: сформулированные выводы требуют дополнительной аргументации; присутствуют несущественные противоречия. Решены правильно и аргументировано 20 заданий.

Оценка «удовлетворительно» (приемлемый уровень сформированности компетенции) – задания выполнены на уровне, который позволяет судить о наличии у студента некоторых знаний, однако ответы сформулированы неясно и не аргументированы, присутствуют существенные противоречия; нарушены единство, логика ответов, использован материал, частично или полностью утративший свое значение. Выполнено правильно и обосновано 15 заданий.

Оценка «неудовлетворительно» (недостаточный уровень сформированности компетенции) – задания выполнены на уровне, который позволяет судить об отсутствии у студента знаний по проблеме: выводы не сформулированы, отсутствует аргументация, единство, логика в выполнении заданий; использован материал без ссылки на источник, на основе которого было выполнено задание. Студентом приводится решение не более 5 заданий или решение практически отсутствует.

**Критерии оценки защиты отчетов:**

Шкала оценок	Показатели	Критерии
--------------	------------	----------

Отлично (высокий уровень сформированнос ти компетенции)	1. <u>Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;</u> 2. <u>Структурированн ость и полнота собранного материала;</u> 3. <u>Полнота устного</u>	<u>При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя</u>
Хорошо (достаточный уровень сформированнос ти компетенции)	выступления, <u>правильность ответов на вопросы при защите;</u> 4. <u>и т.д.</u>	<u>При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя</u>
Удовлетворитель но (приемлемый уровень сформированнос ти компетенции)		<u>Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.</u>
Неудовлетворите льно (недостаточный уровень сформированнос ти компетенции)		<u>Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.</u>

**РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ  
ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И  
(ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ  
ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации, как правило, в течение последнего дня периода практики. Формой промежуточной аттестации обучающихся по практике является зачет с оценкой (дифференцированный зачет).

Зачет проводится в форме публичной защиты отчета по практике организованную руководителем практики от Университета / комиссией по проведению промежуточной аттестации, в состав которой помимо руководителя практики могут включаться педагогические работники кафедры, по которой обучающимися осуществляется прохождение соответствующей практики, представители организаций и предприятий, на базе которых проводилась практика.

Защита отчета по практике, как правило, состоит в коротком докладе (8-10 минут) студента и в ответах на вопросы по существу отчета. Общая продолжительность публичной защиты, как правило, не должна превышать 30 минут.

На основании соответствующего оформления текстовой и содержательной частей отчета, соблюдения правил по заполнению дневника, характеристики с места прохождения практики, аттестационного листа руководителя практики от Университета и результата защиты отчета студенту выставляется оценка. Результаты промежуточной аттестации по итогам оценки прохождения практики вносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку обучающегося.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности принимающей организации (ее целей, задач, содержания, методов);

- качество отчета по итогам практики;

- степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;

- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентами в ходе прохождения практики.

«Отлично» выставляется студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформил отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Хорошо» выставляется студенту, который выполнил определенную ему программу работы, оформил отчет в соответствии с основными требованиями, обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом росте.

«Удовлетворительно» выставляется студенту, который выполнил программу работы, но не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в постановке и решении задач.

«Неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

При прохождении практики и подготовке отчетной документации могут быть полезны следующие локально-нормативные акты ДГУНХ и учебно-методические материалы:

1. Приказ о Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 5 августа 2020 года № 885/390 « О практической подготовке обучающихся» (зарегистрирован в Минюсте России 11 сентября 2020 г., регистрационный номер № 59778 ).

2. Рабочая программа учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг» – Махачкала: ДГУНХ, 2020 г., 25 с.

3. Методические указания по прохождению учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг» – Махачкала: ДГУНХ, 2020 г., 38 с.

**Лист актуализации оценочных материалов для проведения  
промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике**

Оценочные материалы пересмотрены, обсуждены и  
одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 23 » мая 2019 г. № 10

Зав. кафедрой Маслов

Оценочные материалы пересмотрены, обсуждены и  
одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 30 » сентября 2020 г. № 11

Зав. кафедрой Маслов

Оценочные материалы пересмотрены, обсуждены и  
одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 02 » сентября 2020 г. № 2

Зав. кафедрой Маслов

Оценочные материалы пересмотрены, обсуждены и  
одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 29 » мая 2021 г. № 10

Зав. кафедрой Маслов