

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя  
Генеральный директор ООО «Тави»

 В.В. Волохова

«21» марта 2018 г.

#### **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

По дисциплине ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

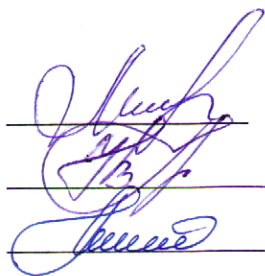
Специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Красноярск  
2018

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности:  
фонд оценочных средств

Разработан в соответствии с ПВД ФГОС-2017 Университета, ФГОС СПО и  
учебным планом специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Разработчики



Е.С. Микова

Н.В.Тарима

А.В. Тимофеев

## Содержание

		Стр
1	ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
2	ФОРМЫ, МЕТОДЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ.....	15
2.1	Опросы: устный, письменный, блиц-опрос.....	16
2.2	Доклады и выступления.....	17
2.3	Экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач.....	19
2.4	Деловые игры.....	20
2.5	Тесты текущего контроля знаний.....	21
2.6	Рубежный контроль знаний по семестрам.....	22
2.7	Производственная практика (по профилю специальности).....	23
2.8	Квалификационный экзамен.....	24
3	МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ВЛАДЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ КУРСОВ.....	27
3.1	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение.....	27
3.2	МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности.....	37
3.3	МДК.02.03 Маркетинг.....	48

## 1 ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Курс	Семестр	Код и содержание компетенции	Результаты обучения (компоненты компетенции)	Оценочные средства
2	4	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<i>Знать:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и социальную значимость своей будущей профессии;</li> <li>- требования, предъявляемые к знаниям, умениям, навыкам работника торговли;</li> <li>- роли, функции и задачи менеджера по продажам в современной организации;</li> </ul>	
			<i>Уметь:</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированно и полно объяснять сущность и социальную значимость будущей профессии;</li> <li>- характеризовать особенности организации экономической и маркетинговой деятельности;</li> </ul>		
		ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<i>Знать:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- области применения профессиональных знаний;</li> <li>- требования к персоналу торговой организации, особенности профессиональной деятельности работника сферы услуг;</li> </ul>		
			<i>Уметь:</i>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами;</li> </ul>	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильно и обоснованно определять задачи деятельности с учетом поставленной руководителем цели;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
			<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами самопознания, самоконтроля, самооценки, саморегуляции и саморазвития;</li> <li>- приемами снятия эмоционального напряжения;</li> <li>- методами и приемами эффективной организации деятельности персонала;</li> </ul>	
	ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды управленческих решений и методы их принятия;</li> <li>- пути предотвращения, урегулирования и разрешения конфликтов в рамках реализации экономической и маркетинговой деятельности;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> </ul>	
		<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и выбирать способы разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями;</li> <li>- проводить анализ ситуации по заданным критериям и</li> <li>- определять риски;</li> <li>- планировать свою деятельность на основе четко сформулированных конкретных целей;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>	
		<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способами оценки последствий принятых решений;</li> <li>- техникой безопасности на занятиях и во время прохождения производственной практики;</li> </ul>		

		<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить, обобщать и использовать информацию для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- активно применять информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
		<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- суть групповых психических процессов, состояний и свойств;</li> <li>- осознавать себя и свое место в коллективе;</li> <li>- психические феномены, которые формируются на основе непосредственных контактов между людьми в группе;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по прак-</li> </ul>
			<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированно представлять и отстаивать свое мнение с соблюдением этических норм;</li> <li>- демонстрировать взаимную поддержку, навыки делового партнерства;</li> <li>- соблюдать особенности формально – ролевого общения.</li> </ul>	

			<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками успешного взаимодействия со студентами, преподавателями в ходе обучения, с руководителями производственной практики, наставниками, сотрудниками и клиентами предприятия;</li> <li>- навыками преодоления коммуникативных барьеров;</li> <li>- правилами общения с потребителем, способами преодоления претензий потребителей;</li> <li>- техникой эффективного слушания собеседника;</li> </ul>	<p>тике</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
	ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы и направления развития профессиональной квалификации;</li> <li>- направления развития личности, как составной социума;</li> <li>- пути решения проблем профессионального роста;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>	
<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формулировать цели и задачи профессионального и личностного развития;</li> <li>- рационально планировать повышение квалификации и непрерывного образования</li> </ul>				
<p><i>Владеть:</i></p> <p>навыками рациональной организации самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>				

		<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практически применять технологии эффективной письменной и устной коммуникации;</li> <li>- соблюдать культуру общения;</li> <li>- использовать в процессе делового общения основные методы и способы психологического воздействия;</li> <li>- преодолевать в процессе общения ошибки восприятия;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
		<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- действующие законы и нормативно-правовые документы, стандарты и иные нормативные документы, необходимые для работы в организациях торговли;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по прак-</li> </ul>
		<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнять документацию в соответствии с требованиями ГОСТ Р 6.30-2003 УСД, ГК РФ, НК РФ, Таможенного кодекса РФ</li> </ul>	<p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотного применения норм действующего законодательства, требований нормативных документов, стандартов, технических условий в организации торгово-сбытовой деятельности;</li> </ul>	



			<ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдения санитарно-эпидемиологических норм и правил, требований техники безопасности при работе с торговым оборудованием, нормы пожарной безопасности при прохождении практики.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>тике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
	ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>	
<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>- осуществлять денежные расчеты;</li> <li>- использовать бухгалтерскую отчетность (форма № 1 «Баланс предприятия», форма № 5 «Приложение к балансу предприятия», форма № 1-П «Отчет предприятия по продукции», форма № 11 «Отчет о наличии и движении основных средств», «Отчет о прибылях и убытках», «отчет о движении денежных средств» и др) для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности;</li> </ul>				
<p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформления финансовых документов и отчетов;</li> <li>- проведения денежных расчетов;</li> <li>- анализа расчетов, их обоснование;</li> <li>- участия в инвентаризации на предприятии;</li> <li>- осуществления учета товаров</li> </ul>				
	ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечи-	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения налогового законодательства;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> </ul>	

		<p>вать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- функции и классификацию налогов;</li> <li>- организацию налоговой службы;</li> <li>- методику расчета основных видов налогов;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>- рассчитывать основные налоги;</li> <li>- соблюдать требования ГОСТ Р 6.30-2003 УСД к оформлению и составлению необходимых документов</li> </ul> <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформления финансовых документов и отчетов;</li> <li>- проведения денежных расчетов;</li> <li>- расчета основных налогов;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
		<p>ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li> <li>- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li> <li>- применять в расчетах методы планирования, коммерческого расчета (затраты – выгода), кредитования, ценообразования, прибыли и пр.;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> </ul>

			<p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа рынков ресурсов и принятия решения по их выбору</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
	ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	<p><i>Знать:</i> методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассчитывать и анализировать оптимальную цену товара, надбавку прибыли, точку безубыточности, постоянные и переменные издержки, валовые затраты, заработную плату сотрудников предприятия и налоговые отчисления</li> </ul> <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
		<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> </ul>		
		<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования по выявлению потребностей и определению видов спроса и типов маркетинга;</li> </ul>		
	ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.			<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> </ul>

			<p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявления потребностей (спроса) на товары;</li> <li>- участия в рекламной кампании предприятия с целью формирования спроса и стимулирования сбыта товара</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
	ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>	
<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> </ul>				
<p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li> </ul>				
	ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результаты; управление маркетингом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> </ul>	

		<p>реализации маркетинговых решений.</p>	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить маркетинговые исследования рынка;</li> </ul> <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа маркетинговой среды организации;</li> <li>- анализа результатов и разработки маркетинговых решений</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
		<p>ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать конкурентоспособность товаров;</li> </ul> <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>- участия в сбытовой деятельности организации, проведение маркетинговых исследований на предмет конкурентоспособности фирмы, товаров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>

		<p>ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в расчетах метод сравнения, балансовый метод, графический метод, метод цепных подстановок, факторный анализ, индексный метод, метод абсолютных и относительных разниц;</li> </ul> <p><i>Иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдения требований к оформлению и составлению финансовых документов;</li> <li>- осуществление денежных расчетов с покупателями</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы: устный, письменный, блиц-опрос</li> <li>- экономические диктанты</li> <li>- расчетные работы</li> <li>- тематика докладов</li> <li>- экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач</li> <li>- деловые игры</li> <li>- тестовые задания</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка организации рабочего места</li> <li>- наблюдение и экспертная оценка прохождения и отчетов по практике</li> <li>- билеты зачетов</li> <li>- экзаменационные билеты</li> <li>- билеты квалификационного экзамена</li> </ul>
--	--	---	--	---

## 2 ФОРМЫ, МЕТОДЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Предметом оценки освоения междисциплинарных курсов профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» являются знания, умения, навыки, общие и профессиональные компетенции.

Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляется с использованием следующих форм и методов: текущего и рубежного контроля (устный опрос, письменный опрос, собеседование, контрольные работы, решение практических заданий, задач, тестирование), экспертной оценки (в ходе практических занятий, деловых игр), результатов производственной практики, дифференцированных зачетов, экзаменов, квалификационного экзамена.

### *Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю:*

Элемент модуля	Формы промежуточной аттестации
МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	Экзамен (4 семестр)
МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Дифференцированный зачет (4 семестр)
МДК.02.03 Маркетинг	Экзамен (4 семестр)
ПП.02.01 Практика производственная (по профилю специальности)	Отчет
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	Экзамен квалификационный

С перечнем вопросов по темам, заданиями, задачами, тематикой и условиями проведения практических занятий можно ознакомиться в сборниках описаний практических работ по междисциплинарным курсам ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»:

- Финансы, налоги и налогообложение: сборник описаний практических работ для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. А.В. Тимофеев. – Красноярск, 2017.
- Анализ финансово-хозяйственной деятельности: сборник описаний практических работ для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2017.
- Маркетинг: сборник описаний практических работ для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Н.В. Тарима. – Красноярск, 2017.

## **2.1 Опросы: устный, письменный, блиц-опрос**

Функция контроля за содержательностью, глубиной и систематичностью самостоятельной работы студентов эффективно реализуется при устном и письменном опросе, собеседовании, заслушивании докладов и выступлений. Данные формы контроля раскрывают сильные и слабые стороны в постижении студентами вопросов организации экономической и маркетинговой деятельности задолго до рубежного и итогового контроля знаний, что дает преподавателю возможность систематически анализировать и оценивать как уровень работы группы в целом, так и каждого студента в отдельности и соответствующим образом реагировать на негативные стороны в освоении междисциплинарных курсов.

Собеседования, опросы проводятся после изучения определенной темы (раздела) на практических занятиях по междисциплинарным курсам.

**Устные опросы** проводятся во время практических занятий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

**Блиц-опросы** позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

**Письменные опросы** целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета (экзамена), когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

### **Рекомендации по оцениванию ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);



- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### ***Критерии оценки ответов студентов***

Оценка «5» ставится, если студент: 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «4» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «3» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

## ***2.2 Доклады и выступления***

**Доклад** понимается как пространная работа на основе первоисточников и литературы, предназначенная для заслушивания на семинаре. Доклад представляется в устной форме в ходе семинара, может сопровождаться мультимедийными презентациями. Доклад является дополнительным по отношению к лекциям и учебным пособиям источником информации для слушателей, он не мо-

жет основываться исключительно на лекционном материале или на учебниках.

Тематика докладов и выступлений определяется программой профессионального модуля и предоставляется преподавателем заблаговременно. Темы для докладов, предлагаемые в методических пособиях, не являются единственно возможными. Студент вправе представить преподавателю собственный вариант тематики, связанной с изучаемым материалом.

Подготовка к семинарским занятиям строится на самостоятельной работе студентов с учебником, учебными пособиями, материалами хрестоматий и первоисточниками.

*Требования к докладам и выступлениям студентов на семинарском занятии*

Одним из условий, обеспечивающих успех семинарских занятий, является совокупность определенных конкретных требований к выступлениям, докладам, рефератам студентов. Эти требования должны быть достаточно четкими и в то же время не настолько регламентированными, чтобы сковывать творческую мысль, насаждать схематизм.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

1. Связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
2. Раскрытие сущности проблемы.
3. Методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Важнейшие требования к выступлениям студентов - самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

- 1) полнота и правильность ответа;

- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Оценка «отлично» ставится, если:

- 1) студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«хорошо» – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«удовлетворительно» – студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

### ***2.3 Экспертная оценка выполнения практических заданий и расчетов, решения ситуационных задач***

#### ***Ситуационные задачи***

Решение ситуационных задач осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по решению практической ситуационной задачи.

Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Эффективным интерактивным способом решения задач является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременным разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуа-

ционных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения задач анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность применения методик расчета, заполнения необходимых документов, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки учебного материала.

Специфика ситуационной задачи заключается в том, что она носит ярко выраженный практико-ориентированный (иногда даже прагматичный) характер, но для ее решения необходимо конкретное предметное знание. Зачастую для решения ситуационной задачи студентам требуется знание нескольких учебных предметов.

Решение ситуационных задач способствует развитию навыков самоорганизации деятельности, формированию умения объяснять явления действительности, развитию способности ориентироваться в мире ценностей, повышению уровня функциональной грамотности, формированию ключевых компетентностей, подготовке к профессиональной деятельности, ориентации в ключевых проблемах развития сферы торговли. Во всех случаях решение ситуационных задач будет направлено на достижение образовательных результатов, выходящих за рамки учебного предмета и применимых в разных видах деятельности.

В силу своей межпредметности, интегративности, ситуационные задачи способствуют систематизации предметных знаний на деятельностной практико-ориентированной основе, когда студенты, осваивая универсальные способы деятельности, решают личностно-значимые проблемы с использованием предметных знаний.

Процесс решения ситуационной задачи всегда предполагает «выход» студента за рамки учебного процесса, в пространство социальной практики.

## ***2.4 Деловые игры***

Деловая игра - совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя, проводимая с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Деловые игры представляют собой имитации принятия решений и выполнение действий в разных искусственно созданных или непосредственно практических ситуациях путем проигрывания соответствующих ролей (индивидуальных или групповых) по заданным или выработанным самими участниками правилам.

Деловые игры по междисциплинарным курсам профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» являются активной формой обучения будущих менеджеров по продажам, которые с помощью моделирования экономических и профессиональных ситуаций, а также ситуаций, возникающих при работе с клиентами, позволяют приблизить игроков к реальным жизненным ситуациям и закрепляет

их практические навыки. Благодаря им развиваются профессиональное творческое мышление, умение выделить проблему и решить ее в условиях значительно ограниченного времени. Они также позволяют сплотить коллектив и научить специалистов работать в команде. Применение деловых игр в процессе обучения позволяет выявить у студентов не только профессиональные знания и умения, но и такие качества как активность, организованность, коммуникативность, мобильность, эрудированность.

### *Критерии оценивания работы студента в деловой игре*

<b>№ п\п</b>	<b>Критерий</b>	<b>Оценка</b>
1	Принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре	отлично
2	Принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре	хорошо
3	Принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре;  Принимает участие в работе группы, однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения; демонстрирует слабую информационную готовность	удовлетворительно
4	Не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.	неудовлетворительно

### **2.5 Тесты текущего контроля знаний**

Текущее тестирование по какому-либо разделу междисциплинарных курсов проводится после того, как на лекционных и практических занятиях был пройден учебный материал по данной теме. Тестирование проводится в учебной аудитории с использованием бланков тестовых заданий по вариантам. Для самоподготовки студентов к тестированию по разделам курсов подготовлены сборники тестов, охватывающие все дидактические единицы междисциплинарных курсов:

- Финансы, налоги и налогообложение: сборник тестов для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. А.В. Тимофеев. – Красноярск, 2017.
- Анализ финансово-хозяйственной деятельности: сборник тестов для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2017.
- Маркетинг: сборник тестов для студентов специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Н.В. Тарима. – Красноярск, 2017.
- При проведении текущего тестирования с использованием тестовых материалов по основным разделам междисциплинарных курсов используются следующие критерии оценивания знаний студентов:

Оценка			
Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
100-90%	89-70%	69-60%	Менее 60%

### **2.6 Рубежный контроль знаний по семестрам**

В соответствии с учебным планом специальности изучение профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» рассчитано на 1 семестр. По окончании семестра предполагается определенная форма рубежного контроля знаний в виде дифференцированного зачета по МДК.02.02 «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», экзаменов по МДК.02.01 «Финансы, налоги и налогообложение» и МДК.02.03 «Маркетинг». Целью зачета и экзаменов является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам междисциплинарных курсов, готовности применить эти знания и умения в соответствии с избранной ими профессиональной деятельностью.

Для проведения промежуточной аттестации подготовлен комплект оценочных средств в виде билетов зачета и экзаменационных билетов. Рубежный контроль знаний по дисциплинам профессионального модуля предполагает следующие формы проведения зачетов и экзаменов: письменная работа, тестирование, устные ответы.

При проведении зачетов и экзаменов с использованием баз тестовых материалов используются следующие критерии оценивания:

Оценка			
Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
100-90%	89-70%	69-60%	Менее 60%

При проведении экзаменов в устной форме используются следующие критерии оценивания:

«Отлично» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения,

доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.

«Хорошо» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала; ответ четко структурирован, выстроен в логической последовательности, изложен литературным грамотным языком; однако были допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов, дат и др.

«Удовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе не присутствуют доказательные выводы; сформированность умений показана слабо, речь неграмотная.

«Неудовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, персоналиях); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана, речь неграмотная.

## ***2.7 Производственная практика (по профилю специальности)***

Предметом оценки по производственной (по профилю специальности) практике обязательно являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь».

Целью производственной практики (по профилю специальности) является закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности торговых организаций; формирование умения применять их в профессиональной деятельности; расширение практических навыков самостоятельной и научно-исследовательской работы, а также необходимых общекультурных и профессиональных компетенций. Производственная практика (по профилю специальности) направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Интегральной целью производственной практики является закрепление студентами полученных теоретических знаний на основе практической деятельности в сфере экономики и маркетинга; ознакомление студентов с организацией коммерческих подразделений и служб, изучение и анализ их работы, приобретение опыта и практических навыков самостоятельной работы в сфере

коммерческой деятельности, логистики и маркетинга на действующих предприятиях торговли.

Предметом оценки является также сформированность профессиональных и общих компетенций, их оценка осуществляется с использованием следующих форм и методов: наблюдение, экспертная оценка процесса организации обслуживания потребителей и результата управления процессом обслуживания потребителей.

Оценка по производственной практике выставляется на основании: характеристики учебной и профессиональной деятельности обучающегося на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с техникой обслуживания потребителей и требованиями организации, в которой проходила практика, качества и содержания отчета по практике.

## ***2.8 Квалификационный экзамен***

Экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю проводится по завершению изучения учебной программы профессионального модуля.

Условием допуска к экзамену квалификационному является успешное освоение обучающимися всех элементов программы профессионального модуля – междисциплинарных курсов, производственной практики, выполнения курсовых работ и направлен на оценку результатов преимущественно теоретического обучения и практической подготовленности.

Экзамен (квалификационный) проводится как процедура внешнего оценивания результатов освоения обучающимися профессионального модуля с участием представителей работодателя. Экзамен (квалификационный) выявляет готовность обучающегося к выполнению определенного вида профессиональной деятельности и сформированность у него профессиональных компетенций, указанных в разделе «Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы» ФГОС СПО.

Задания экзамена (квалификационного) рассчитаны на комплексную проверку профессиональных и общих компетенций.

Задания экзамена (квалификационного) носят компетентностно-ориентированный, комплексный характер, т. к. компетенция проявляется в готовности применять знания, умения и навыки в ситуациях, нетождественных тем, в которых они формировались. Это означает направленность заданий на решение не учебных, а профессиональных задач. Содержание заданий максимально приближено к ситуациям профессиональной деятельности.

Профессиональный модуль считается освоенным, если обучающийся на экзамене (квалификационном) выполнил все предусмотренные задания на положительную отметку.



### *Критерии оценивания знаний студентов на экзамене (квалификационном)*

Проверка качества подготовки студентов на экзаменах заканчивается выставлением отметок по принятой пятибалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:

*«Отлично»* - студент владеет знаниями предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы билета, подчеркивая при этом самое существенное, умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное: устанавливать причинно-следственные связи; четко формирует ответы, свободно читает результаты анализов и других исследований и решает задачи, связанные с профессиональной деятельностью в области организации экономической и маркетинговой деятельности; хорошо знаком с основной литературой и методами исследования объема, необходимым для практической деятельности менеджера по продажам; увязывает теоретические аспекты предмета с задачами практической деятельности.

*«Хорошо»* - студент владеет знаниями дисциплины почти в полном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); самостоятельно и отчасти при наводящих вопросах дает полноценные ответы на вопросы билета; не всегда выделяет наиболее существенное, не допускает вместе с тем серьезных ошибок в ответах; умеет решать ситуационные задачи по профессиональной тематике.

*«Удовлетворительно»* - студент владеет основным объемом знаний по дисциплине; проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками; в процессе ответов допускаются ошибки по существу вопросов. Студент демонстрирует поверхностный уровень умений и навыков в области решения профессиональных задач.

*«Неудовлетворительно»* - студент не освоил обязательного минимума знаний предмета, не способен ответить на вопросы билета при дополнительных наводящих вопросах экзаменатора.

Для проведения квалификационного экзамена подготовлен комплект оценочных средств в виде экзаменационных билетов. Всего в комплект входит 25 билетов, каждый из которых включает 4 вопроса, содержащих задания на знание теоретического материала и умение решать типовые производственные задачи и ситуации. Экзамен проводится в учебной аудитории.

*Демонстрационный вариант экзаменационного билета для сдачи квалификационного экзамена*

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Эк \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**ЭКЗАМЕН КВАЛИФИКАЦИОННЫЙ**

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

Министерство образования и науки РФ ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»	Профессиональный модуль  специальность институт	ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности 38.02.04) Коммерция (по отраслям) ТЭИ ОСПО курс 2
--	--	--

**1. Сущность метода цепных подстановок, правило, достоинства, недостатки, область применения.**

**2. Кредит, его сущность, функции. Виды кредита и принципы кредитования.**

**3. Ситуация**

*Ознакомьтесь с кратким описанием положения организации на рынке и сформулируйте маркетинговые цели и задачи для неё.*

Фирма «А» выступает посредником (франчайзи) между разработчиком программных продуктов на платформе 1С и конечными потребителями. Ассортимент и ценовая политика строго определены разработчиком, и фирма «А» не вправе его менять. Одновременно с фирмой «А» на региональном рынке действует еще несколько партнеров разработчика, являющиеся конкурентами.

Доля на рынке фирмы «А» недостаточно велика, как хотелось бы. Степень известности фирмы «А» также сравнительно мала.

Составители: \_\_\_\_\_ А.В. Тимофеев  
\_\_\_\_\_ Е.П. Шевцова  
\_\_\_\_\_ Н.В. Тарима

Одобрено на заседании совета ОСПО  
Протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

### **3 МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ВЛАДЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ КУРСОВ**

#### **3.1 МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение**

##### **3.1.1 Экономические диктанты**

*Экономические диктанты* проводятся во время практических занятий по всем изучаемым банковским темам. Вариантов заданий не менее двух. Во время написания экономического диктанта никакими источниками (учебниками, конспектами лекций, тетрадями и т.п.) пользоваться не разрешается. Они направлены на оценку знаний студентов (или знаний, умений).

*Критерии оценивания* экономического диктанта следующие:

- оценка «*отлично*» ставится в том случае, если ответ содержит полное раскрытие содержания вопросов;

- оценка «*хорошо*» ставится в том случае, если ответ студента содержит недостаточно полное раскрытие вопросов, либо в ответе допущены незначительные ошибки;

- оценка «*удовлетворительно*» ставится в том случае, если ответ содержит поверхностное изложение сути поставленных вопросов, либо в ответе допущены существенные ошибки;

- оценка «*неудовлетворительно*» ставится в том случае, если студент не может дать ответы на вопросы, а также если студент отказался отвечать на вопросы статистического диктанта.

##### *Пример экономического диктанта*

<b>Вариант 1</b>	<b>Вариант 2</b>
1. Возникновение и развитие системы налогообложения в России	1. Участники отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах.
2. Принципы налогообложения, принципы налогообложения, предложенные А.Смитом.	2. Порядок введения в действие федерального закона об установлении нового налога?
3. Принципы налогообложения, установленные, установленные налоговым кодексом РФ.	3. Налоговая система РФ, ее элементы.
4. Нормативные акты, регулирующие отношения организаций и государства в области налогообложения	4. Субъекты налоговой системы: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты, налоговые органы.
5. Налоговый кодекс РФ, его значение в правовом обеспечении налогового процесса.	5. Права и обязанности налогоплательщиков.

### 3.1.2 Расчетные работы

<i>Оценка</i>	<i>Критерии</i>
«Отлично»	Решение оформлено в таблице: правильное название Показатели рассчитаны с учетом соблюдения методики их нахождения Нет ошибок в расчетах По итогам вычислений дан экономический смысл рассчитанных показателей (или написан текст экономических выводов) с перечнем заключения Аккуратное оформление
«Хорошо»	Допущены арифметические ошибки в расчете необходимых показателей (при соблюдении методики их нахождения) и выполнены все требования, указанные по оценке «5»
«Удовлетворительно»	Есть ошибки в методике вычисления показателей Небрежное оформление Неполные выводы
«Неудовлетворительно»	Отсутствие знания методики расчета необходимых показателей Нет навыков оформления расчетов в таблице Отсутствие выводов по расчетам

В целом оценка по всей расчетной работе определяется в виде средней арифметической простой по всем темам. При выставлении окончательной оценки учитывается также соблюдение установленных сроков на данный вид работ.

#### *Пример расчетной работы*

#### ВАРИАНТ 1

##### **Задание 1**

Торговая фирма оформляет в банке документы на получение ссуды в размере 10 млн. руб. на срок 5 лет по годовой ставке 15 % с начислением в каждом квартале. Определите сумму, которую она вернет банку в конце срока пользования ссудой с начисленными за этот же срок процентами.

##### **Задание 2**

Для коммерческой фирмы есть возможность купить товар, расплатившись простым векселем. Продавец согласен принять вексель при условии, что он сможет учесть вексель в банке и получить по нему всю стоимость товара. На какую сумму необходимо выписать вексель покупателю, если стоимость товара 100 тыс.руб., учетная ставка банка 20 % годовых, срок обращения векселя 60 дней? Какую сумму уплатит покупатель банку за предоставление кредита?

### ***Задание 3***

Кредит для покупки товаров на сумму 1 000 тыс. руб. открыт на 3 года, процентная ставка 4 % годовых, погашение в конце каждого месяца. Найти сумму, которая должна быть погашена за три года, и ежемесячную сумму погашения.

### ***Задание 4***

Вексель выписан на сумму 100 тыс. рублей с уплатой 17.11. Владелец учел его в банке 23.09 по учетной ставке 8 % годовых. Рассчитать сумму, которую получит продавец векселя и сумму дисконта.

### ***Задание 5***

Во что обратится сумма, равная 100 тыс.руб. через 24 месяца, если проценты начисляются ежеквартально (6 % годовых), если среднемесячные темпы инфляции составляют 0,2%?

## **3.1.3 Комплект тестов для текущего контроля знаний**

### *Перечень дидактических единиц для текущего тестирования*

1. Сущность и функции денег
2. Функции финансов, их роль в экономики
3. Бюджет и бюджетная система РФ
4. Ценные бумаги, их классификация и функции. Рынок ценных бумаг
5. Сущность, понятие и значение налогов в системе рыночной экономике
6. Федеральные налоги и сборы
7. Специальные налоговые режимы
8. Региональные налоги и сборы
9. Местные налоги и сборы
10. Документальное оформление и контроль расчетов с бюджетом

### *Пример текущего контроля знаний в виде тестирования*

#### Раздел СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ДЕНЕГ

#### **Вариант 1**

1. Бартерные сделки – это ...
  - 1) срочные сделки
  - 2) биржевые сделки
  - 3) обмен товара на деньги
  - 4) натуральный обмен
  
2. Деньги являются:
  - 1) средством платежа
  - 2) средством накопления
  - 3) всеобщим эквивалентом
  - 4) всем выше перечисленным

3. Закон денежного обращения определяет:

- 1) скорость оборота денег
- 2) величину денежной массы
- 3) покупательную способность денег
- 4) объем будущей денежной эмиссии

4. Эмиссию банкнот осуществляет:

- 1) Государств
- 2) Центральный Банк РФ
- 3) Министерство финансов
- 4) Любой коммерческий банк

5. Какая из перечисленных форм расчетов предполагает наличие акцепта:

- 1) Аккредитивная
- 2) Чековая
- 3) Инкассовая
- 4) Налично-денежная

6. В основе построения денежных агрегатов лежит принцип:

- 1) убывающей ликвидности
- 2) минимизации риска
- 3) возрастающей доходности
- 4) нейтральность к инфляции

7. Какая из операций Центрального Банка увеличивает количество денег в обращении?

- 1) Центральный Банк передает государственные облигации населению и банкам
- 2) Центральный Банк повышает учетную ставку процента, под который он выдает ссуды банкам
- 3) Центральный банк покупает государственные облигации на открытом рынке

7. Стоимость денег...

- 1) всегда неизменна
- 2) поднимается с ростом цен
- 3) может повышаться и понижаться
- 4) уменьшается с ростом цен на товары

8. Совокупность всех денежных платежей в экономики страны?

- 1) платежный оборот
- 2) прибыль

- 3) денежный капитал
- 4) ссудный капитал

9. Кредитные деньги...

- 1) выпускают для удобства обслуживания розничного товарооборота
- 2) поступают в обращение в увязке с реальными процессами производства и реализации продукции
- 3) выпускаются государством для покрытия дефицита бюджета и не регулируются потребностями товарооборота
- 4) Выпускаются для финансирования кредитно-банковской сферы

10. Выпуск и изъятие денег из обращения осуществляется...

- 1) Центральным Банком РФ
- 2) Минфином
- 3) Правительством РФ
- 4) Коммерческими банками

### **3.1.4 Примеры деловых игр**

Тема: «Контроль налоговых органов за деятельностью предприятия при исполнении ими налогового законодательства»

Цели деловой игры:

- обобщение и закрепление знаний учащихся по пройденным темам курса; в игровой форме оценить теоретические знания, практические умения и навыки обучающихся;
- способствовать развитию логического мышления;
- активизировать мыслительную деятельность учащихся;
- формирование устойчивых интересов к профессии; воспитание профессионально важных качеств: творческой активности, дисциплинированности, потребности в постоянном совершенствовании своих профессиональных знаний и умений.

Задачи деловой игры: развитие в игровой форме логики экономического мышления, показать способы решения экономических проблем с помощью игровых технологий.

Правила игры.

Перед началом игры учащиеся (группа) делятся на 2 команды - предприятия. Преподаватель знакомит участников с правилами игры и с членами комиссии (администрация и преподаватели). Учащимся объясняют ситуацию: государственная казна (бюджет) нуждается в дополнительных поступлениях денежных сумм, поэтому со столицы прислали налоговых инспекторов по на-

логам и сбором с целью - проверить правильность исчисления и регулярность поступления налоговых сборов. И одновременно провести аттестацию налоговых работников, т.е. соответствуют ли они своим занимаемым должностям

Игра состоит из 5 раундов-заданий. Каждый раунд выдержан во времени.

1 раунд: Мини – викторина. Цель: проверка знаний по изученным темам курса. Каждому члену команды задаётся вопрос, на который он должен дать правильный ответ. Сколько правильных ответов, столько команде присуждается баллов.

2 раунд: Элементы налога. Цель: проверка знаний по темам “Налоги. Налоговая система”. Соотнести каждому из 5 налогов свои элементы налогообложения. Задание в виде таблицы.

3 раунд: Особенности налогообложения предприятий. Цель: проверка знаний о сущности налогов и оценка умений производить расчеты по налогам. Задание состоит из теоретических и практических заданий. Одновременно проводится конкурс капитанов: Капитан каждой команды отвечает на вопросы и решает задачу.

4 раунд: Мини - проект “Свой налог”. Цель: применение знаний курса в жизненных ситуациях. В этом раунде учащимся дается задание - придумать новый налог для пополнения бюджета города и его презентовать, опираясь на теоретические знания курса и применение этих знаний в жизненных ситуациях. Это задание на активизацию мыслительной деятельности учащихся.

5 раунд: Игра “Слова”. Цель: проверка знаний по терминологии. Каждая команда должна как можно больше назвать профессиональных терминов, связанных с налогами. За каждый термин 1 балл.

Заключительный этап:

Ретроспективное обсуждение хода и результатов игры. Обучающиеся вместе с преподавателем обсуждают трудности, возникшие по ходу игры, эмоциональные переживания, идеи, которые приходили в голову, и полученный опыт. Особое внимание уделяется обсуждению соотношений игровой ситуации с реальностью, возможности использования полученного игрового опыта в других ситуациях.



### 3.1.5 Комплект оценочных средств для рубежного контроля знаний

#### *Перечень вопросов для подготовки к зачету*

1. Сущность и функции денег.
2. Эволюция денег.
3. Денежно-кредитная политика: понятие, виды и основные методы.
4. Денежные реформы и методы их проведения.
5. Денежное обращение: понятие и виды.
6. Законы денежного обращения.
7. Состав денежной массы.
8. Формы расчётных документов при безналичном денежном обращении.
9. Инфляция: понятие, виды, последствия.
10. Антиинфляционная политика: понятие и методы.
11. Понятие и социально-экономическая сущность финансов.
12. Сущность и виды финансовых отношений.
13. Объекты и субъекты финансовых отношений.
14. Роль финансов в экономике.
15. Функции финансов.
16. Управление финансами: понятие, органы управления.
17. Основные направления реформирования финансовой системы в условиях рыночных отношений.
18. Новые типы рыночных финансовых структур.
19. Финансовая политика: понятие, типы.
20. Содержание финансовой политики государства на современном этапе.
21. Финансовая система Российской Федерации: понятие и структура.
22. Характеристика звеньев финансовой системы.
23. Сущность и значение государственного бюджета.
24. Структура бюджетной системы РФ.
25. Состав и структура доходов государственного бюджета.
26. Состав и структура расходов государственного бюджета.
27. Бюджетный дефицит, его сущность и социально-экономические последствия.
28. Способы уменьшения и ликвидации бюджетного дефицита.
29. Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов.
30. Порядок формирования и использования средств внебюджетных фондов.
31. Возникновение и развитие системы налогообложения в России
32. Принципы налогообложения, принципы налогообложения, предложенные А.Смитом.
33. Принципы налогообложения, установленные, установленные налоговым кодексом РФ.
34. Нормативные акты, регулирующие отношения организаций и государства в области налогообложения
35. Налоговый кодекс РФ, его значение в правовом обеспечении налогового процесса.

36. Участники отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах.
37. Порядок введения в действие федерального закона об установлении нового налога?
38. Налоговая система РФ, ее элементы.
39. Субъекты налоговой системы: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты, налоговые органы.
40. Права и обязанности налогоплательщиков.
41. Понятие налога и сбора. Налоги как инструмент бюджетного регулирования, их экономическая сущность.
42. Система налогов и сборов в РФ
43. Функции налогов и сборов.
44. Виды налогов. Федеральные налоги и сборы. Региональные налоги и сборы. Местные налоги и сборы.
45. Специальные налоговые режимы.
46. Налог на добавленную стоимость: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, особенности ее определения в зависимости от вида деятельности.
47. Налог на добавленную стоимость: налоговые периоды и ставки. Льготы и порядок освобождения от уплаты налога. Налоговые вычеты и порядок их применения.
48. Налог на добавленную стоимость: порядок исчисления НДС. Сроки уплаты налога.
49. Налог на прибыль организаций: плательщики, объект налогообложения
50. Налог на прибыль организаций: порядок определения доходов, классификация доходов
51. Налог на прибыль организаций: расходы, группировка расходов по элементам, внереализационные расходы
52. Налог на прибыль организаций: порядок признания доходов и расходов при методе начисления, при кассовом методе.
53. Налог на прибыль организаций: порядок определения налоговой базы. Налоговые ставки. Налоговый и отчетный периоды.
54. Единый социальный налог: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, суммы, не подлежащие налогообложению
55. Единый социальный налог: ставки налога. Налоговые льготы. Налоговый и отчетный период. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.
56. Единый социальный налог: методика заполнения расчета по авансовым платежам и налоговой декларации, сроки их предоставления в налоговые органы.
57. Налог на доходы физических лиц: плательщики, объект налогообложения, особенности исчисления налоговой базы. Налоговый период.

58. Налог на доходы физических лиц: доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные.
59. Налог на доходы физических лиц: Налоговые ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.
60. Другие виды федеральных налогов: сущность и краткая характеристика налогов. Плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и сроки уплаты федеральных налогов. Акцизы на отдельные виды товаров, таможенные пошлины и сборы, платежи за пользование природными ресурсами, водный налог.
61. Налог на имущество организаций: его значение и место в налоговой системе
62. Налог на имущество организаций: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, методика расчета среднегодовой стоимости имущества.
63. Налог на имущество организаций: порядок исчисления и сроки уплаты налога.
64. Транспортный налог: его значение. Объект налогообложения, налоговая база, налоговые ставки.
65. Транспортный налог: порядок исчисления и сроки уплаты налога.
66. Другие виды региональных налогов и сборов: сущность и краткая характеристика налогов. Плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и сроки уплаты региональных налогов. Единый налог на вмененный доход.
67. Местные налоги и сборы, их значение в формировании местных бюджетов. Плата за землю. Налог на имущество физических лиц. Налог на рекламу. Налог с имущества, переходящего в порядке наследования или дарения.
68. Плательщики местных налогов. Объект налогообложения, ставка налога, порядок исчисления и сроки уплаты.
69. Налоговый контроль. Формы проведения налогового контроля, его значение.
70. Сроки и место проведения камеральной проверки. Налоговая декларация, порядок внесения дополнений и изменений в налоговую декларацию.
71. Порядок и сроки проведения выездной налоговой проверки. Оформление результатов выездной налоговой проверки.
72. Понятие налогового правонарушения. Общие условия привлечения к ответственности. Обстоятельства, исключающие привлечение лица к ответственности.
73. Обстоятельства, смягчающие и отягчающие ответственность. Давность привлечения к ответственности. Налоговые санкции и давность взыскания налоговых санкций.
74. Виды налоговых правонарушений и налоговые санкции за их совершение: нарушение сроков постановки на учет в налоговые органы, уклонение от постановки на учет, нарушение срока предоставления сведений об открытии и закрытии счета в банке, непредоставление налоговых деклараций, грубое

нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения, неуплата или неполная уплата сумм налога.  
75. Методика расчета налоговых санкций.

*Демонстрационный вариант экзаменационного билета*

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. ОСПО Зайцева Н.С.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

Министерство образования и науки РФ ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»	по дисциплине специальность институт	МДК.02.02 «Финансы, налоги и налогообложение» 38.02.04 Коммерция (по отраслям) ТЭИ ОСПО курс 2
--	--	---

1. Электронные деньги.
2. Водный налог: база, ставки налога, налоговый период, льготы по налогу.
3. Задача.

Физическое лицо - резидент получило приз стоимостью 100 000 руб., по лотерее проводившейся торговой сетью. Какой НДФЛ торговая сеть должна удержать?

Составитель: \_\_\_\_\_ А.В. Тимофеев

Одобрено на заседании совета ОСПО

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

## **3.2 МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности**

### **3.2.1 Комплект тестов для текущего контроля знаний**

*Перечень дидактических единиц для текущего тестирования*

1. Анализ эффективности использования материальных ресурсов
2. Анализ трудовых ресурсов
3. Анализ издержек обращения
4. Анализ финансовых ресурсов
5. Анализ финансового состояния предприятия и деловой активности
6. Теория анализа финансово-хозяйственной деятельности организации

*Пример текущего контроля знаний в виде тестирования*

#### **РАЗДЕЛ 1. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

##### ***1. Рост фондоёмкости основных средств способствует:***

- а. увеличению объема реализации товаров
- б. уменьшению объема реализации товаров
- в. увеличению эффективности использования основных средств
- г. не влияет на результаты хозяйственной деятельности предприятия

##### ***2. Увеличение фондоотдачи основных средств оказывает влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия***

- а. положительно
- б. отрицательно
- в. не оказывает влияние
- г. способствует снижению затрат на продажу товаров

##### ***3. Средняя величина основных средств применяемая для исследования основных средств в целях налогообложения***

- |                            |                           |
|----------------------------|---------------------------|
| а. средняя гармоническая   | в. средняя арифметическая |
| б. средняя хронологическая | г. средняя геометрическая |

##### ***4. Прием, используемый для расчета влияния фондворуженности на производительность труда***

- а. сравнение
- б. балансовой увязки
- в. абсолютных разниц
- г. абсолютных разниц и использованием процентных чисел

**5. Средняя величина, применяемая при изучении эффективности использования основных средств**

- а. средняя арифметическая
- б. средняя геометрическая
- в. средняя хронологическая
- г. средняя взвешенная

**6. В форме-1 основные средства отражаются по стоимости**

- а. первоначальной
- б. остаточной
- в. среднегодовой
- г. ликвидационной

**7. Рост фондовооруженности торгового предприятия оказывает \_\_\_\_\_ влияние на объем реализации товаров**

**8. Увеличение коэффициента сменности оборудования способствует:**

- а. снижению затрат на реализацию товаров
- б. росту производительности труда
- в. снижению фондоотдачи
- г. повышению фондовооруженности

**9. Модель, используемая для выявления факторов влияния на абсолютное отклонение товарных запасов по сравнению с нормативом**

- а. аддитивная
- б. мультипликативная
- в. кратная
- г. комбинированная

**10. Фактор, оказывающий прямое влияние на эффективность использования товарных запасов**

- а. инфляция
- б. спрос на потребительские товары
- в. увеличение численности
- г. расходы на продажу

**11. Показатель, характеризующий эффективность использования товарных запасов**

- а. товароотдача
- б. товарооборот
- в. товарооборачиваемость
- г. уровень товарных запасов

**12. Интенсивным показателем эффективности использования товарных запасов является**

- а. стоимость товарных запасов
- б. норматив товарных запасов
- в. уровень товарных запасов
- г. время обращения товарных запасов

**13. Увеличение товарных запасов на конец анализируемого периода способствует**

- а. росту объема реализации товаров
- б. снижению производительности труда
- в. снижению объемов поступления товаров
- г. снижению договоров поставки

**14. Увеличение товарных запасов на конец анализируемого периода влияет на результаты деятельности предприятия**

- а. положительно
- б. отрицательно
- в. не оказывает влияние
- г. стимулирует повышение заработной платы

**15. Время обращения среднего размера товарных запасов снизилось на 3 дня – это...**

- а. замедление торгового процесса продажи товаров
- б. снижение скорости обращения среднего размера товарных запасов
- в. ускорение реализации товаров
- г. ускорение реализации товаров и высвобождение (вовлечение) из оборота средств

**16. Сумма высвобожденных (вовлеченных) из оборота средств рассчитывается на базе модели**

- а. аддитивной
- б. мультипликативной
- в. кратной
- г. комбинированной

**17. Увеличение товарных запасов на конец анализируемого периода способствует**

- а. увеличению объема реализации товаров
- б. увеличению спроса
- в. снижению объема реализации товаров
- г. повышению производительности труда

**18. Расчет влияния факторов на товарооборачиваемость осуществляется на базе модели**

- а. аддитивной
- б. мультипликативной
- в. кратной
- г. комбинированной

**19. Оборачиваемость товаров зависит от...**

- а. количества товарных групп
- б. изменения структуры реализованных товаров
- в. изменения скорости оборота отдельных товаров и товарных групп
- г. все ответы верны

**20. Базисный темп роста товарных запасов характеризует**

- а. отклонение стоимости базисного периода
- б. отношение стоимости товарных запасов последующего периода к товарным запасам предшествующего периода
- в. отношение стоимости товарных запасов последующего периода к стоимости товарных запасов базисного периода
- г. изменение стоимости товарных товарных запасов от предшествующего периода

**21. Среднегодовой темп роста товарных запасов определяется по формуле:**

- а.  $Tp = (TЗn \div TЗo \times 100) \div (n - 1)$ , где

TЗn – товарные запасы последнего года

TЗo – товарные запасы базисного года

n – число периодов

- б.  $Tp = \sqrt[n-1]{\frac{TЗn}{TЗo}} \times 100$

- в.  $Tp = \frac{\bar{B}n}{TЗo} \times 100$

**22. Величина используемая для расчета эффективности использования товарных запасов**

- а. средняя арифметическая
- б. средняя геометрическая
- в. средняя хронологическая
- г. средняя взвешенная

**23. Цепной темп роста товарных запасов характеризует**

- а. отношение стоимости фактических товарных запасов к плановой стоимости
- б. отношение стоимости товарных запасов предшествующего периода к базисному периоду
- в. отношение стоимости ТЗ последующего периода к стоимости ТЗ предшествующего периода
- г. отношение стоимости ТЗ последующего периода к стоимости ТЗ базисного периода

**24. Интенсивные показатели товарных запасов**

- а. количество ассортиментных групп товаров
- б. скорость обращения
- в. стоимость товарных запасов
- г. время обращения

**25. Сверхплановое наличие товарных запасов на начало отчетного периода оказывает влияние на выполнение плана по реализации товаров**

- а. положительное
- б. отрицательное
- в. влияние не оказывает



**26. Показатель рассчитанный по формуле:**

$$\frac{P}{TЗ_{ср}}, \text{ где}$$

P – объем реализации товаров

TЗ – средний товарный запас

а. время обращения

б. уровень товарных запасов

в. скорость обращения

**27. Рост времени обращения товарных запасов способствует**

а. ускорению торгового процесса товарами

б. росту выручки

в. росту финансовых результатов

г. замедлению торгового процесса товарам

**28. Показатель, характеризующий эффективность использования товарных запасов**

а. средние товарные запасы

в. товарооборачиваемость

б. объем товарооборота

г. уровень товарных запасов

**29. Время обращения товарных запасов измеряется единицами**

а. обороты

в. дни

б. штуки

г. тыс. руб.

**30. Зависимость между объемом реализации и скоростью обращения товарных запасов характеризующихся моделью**

а. аддитивной

в. кратной

б. мультипликативной

г. комбинированной

**31. Качественный показатель, характеризующий время и скорость обращения товарных запасов – это...**

### 3.2.4 Комплект оценочных средств для рубежного контроля знаний

Дифференцированный зачет по МДК 02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» проводится в форме тестирования. В структуру билета зачета входят 54 тестовых задания.

Количество вариантов билетов зачета: 5.

Время выполнения тестовых задания: 90 минут.

*Перечень вопросов для подготовки к зачету:*

1. Цели и задачи экономического анализа.
2. Предмет, объект и метод экономического анализа.
3. Виды экономического анализа
4. Способы и приемы общего анализа
5. Система показателей в экономическом анализе и их классификация
6. Информационное обеспечение экономического анализа
7. Цели и задачи анализа товарооборота,
8. Анализ товарооборота по объёму продажи, его состава, структуры
9. Особенности анализа оборота оптовой торговли
10. Анализ товарных запасов по составу, по ассортименту, по группам товаров.
11. Анализ товарного обеспечения.
12. Анализ эффективности использования товарных ресурсов
13. Цели, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов
14. Общий и факторный анализ влияния трудовых ресурсов на объём реализации товаров
15. Анализ влияния показателей эффективности использования основных средств на производительность труда
16. Анализ движения кадров. Анализ фонда оплаты труда и средней заработной платы
17. Цели, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения.
18. Структура издержек обращения в зависимости от изменения товарооборота.
19. Анализ структуры издержек обращения по статьям расходов
20. Анализ экономии( перерасхода) издержек обращения по статьям затрат и в целом по предприятию.
21. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе Формы №2 «Отчёт о прибылях и убытках»(общий анализ)
22. Анализ динамики финансовых результатов от основной деятельности торговой организации
23. Анализ рентабельности финансово-хозяйственной деятельности- Форма №2 (прошлый год, план, отчётный год)
24. Анализ влияния факторов деятельности предприятия на финансовый результат
25. Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения, состояния и структуры
26. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.
27. Анализ показателей платёжеспособности и финансовой устойчивости Значение, задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия
28. Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия. Показатели рентабельности продаж, капитала, их значение, расчет и анализ.

**БИЛЕТ ЗАЧЕТА № 1**

Министерство образования и науки РФ ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»	по дисциплине специальность институт	МДК.02.02 Анализ финансово- хозяйственной деятельности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) ТЭИ ОСПО курс 2
--	--	---

**1. Базисный индекс цен характеризует:**

- A. Изменение цен по сравнению с предшествующим периодом
- B. Отклонение от цен базисного периода
- C. Отклонение цен по сравнению с базисным периодом
- D. Отклонение от цен предшествующего периода

**2. Динамика товарооборота оценивается позитивно если его прирост был обусловлен:**

- A. Повышением цен на реализуемые товары
- B. Увеличением физического объема продаж
- C. Изменением структуры товарооборота

**3. Средняя величина, применяемая для расчета среднегодового темпа роста:**

- A. Средняя арифметическая
- B. Средняя геометрическая
- C. Средняя хронологическая
- D. Средняя гармоническая

**4. Среднегодовой темп роста определяется по формуле:**

- A.  $T = T_n : T_0 \times 100$ ,  $T_n$  - товарооборот последнего года,  $T_0$  - товарооборот базисного года

- B.  $T = \sqrt[n-1]{T_n : T_0} \times 100$   
 $T = (T_n : T_0 \times 100) : (n - 1)$ , где  $n$  -

- C. количество периодов

**5. Увеличение прочего документированного расхода оказывает на товарооборот:**

- A. Отрицательное влияние
- B. Положительное влияние
- C. Зависимости не существует

**6. В число субъективных причин, обуславливающих изменение расходов на продажу товаров, входят:**

- A. Изменение тарифов и ставок на услуги
- B. Уровень инфляции
- C. Изменение объема товарооборота

**7. В число объективных причин, обуславливающих изменение расходов на продажу товаров, входят:**

- A. Изменение объема товарооборота
- B. Изменение скорости обращения товаров
- C. Изменение структуры товарооборота
- D. Уровень инфляции

**8. Вид диаграммы, наглядно отражающий результаты анализа структуры затрат...**

**9. Изменение объема товарооборота оказывает обратное влияние на уровень ... расходов**

**10. Прием, используемый для расчета влияния объема товарооборота на величину расходов:**

- A. Процентных чисел
- B. Сравнения
- C. Балансовой увязки
- D. Абсолютных разниц

**11. Оценка тенденции изменения затрат в динамике осуществляется на основании относительных величин:**

- A. Выполнение плана
- B. Динамики
- C. Интенсивности
- D. Структуры

**12. Влияние снижения объема поступления товаров на динамику товарооборота:**

- A. Положительное
- B. Отсутствует
- C. Условное
- D. Отрицательное

- 13. Основным направлением относительной экономики расходов на оплату труда является:**
- A. Снижение заработной платы
  - B. Снижение численности работающих
  - C. Улучшение структуры рабочей силы
  - D. Рост производительности труда
- 14. Удельный вес расходов на оплату труда рассчитывается как отношение их абсолютной величины к:**
- A. Объему товарооборота
  - B. Сумме расходов на продажу товаров
  - C. Сумме прибыли от продаж
  - D. Среднесписочной численности работающих
- 15. Уровень расходов на оплату труда рассчитывается как отношение их абсолютной величины к:**
- A. Объему товарооборота
  - B. Сумме расходов на продажу товаров
  - C. Сумме прибыли от продаж
  - D. Среднесписочной численности работающих
- 16. Ритмичность выполнения плана товарооборота это:**
- A. Соответствия его фактического значения плановому за каждый период времени внутри анализируемого периода
  - B. Равная повторяемость объема товарооборота в равные промежутки времени
  - C. Превышение фактического товарооборота, над планированным уровнем выраженное в процентах
  - B. Упрощает выбор пользователя в получении нужной информации
  - C. Способствует ускорению получения все охватывающей информации
  - D. Содействует стандартизации учетных данных
- 22. Анализ товарооборота является:**
- A. Средством контроля за сохранностью товароматериальных ценностей
  - B. Средством контроля за хозяйственной деятельностью предприятий торговли
  - C. Основанием для утверждения штатного расписания
  - D. Основанием для разработки мероприятий направленных на увеличение товарооборота
- 23. Внутрихозяйственный финансовый анализ**
- A. Дублирует внешний финансовый анализ
  - D. Регулярное перевыполнение планового задания по объему продаж
- 17. Вместе с ростом объема товарной продукции (выручки от продаж) растут:**
- A. Переменные расходы
  - B. Постоянные расходы
- 18. Затраты, относительное изменение которых равно относительному изменению объема производства (выручки от продаж), являются:**
- A. Постоянными
  - B. Прогрессивными
  - C. Пропорциональными
- 19. Изменение объема товарооборота оказывает прямое влияние на сумму ... расходов**
- 20. Бухгалтерская отчетность**
- A. Сводится к выдаче заработной платы и покупке оборудования
  - B. Охватывает финансовый анализ и производственно-управленческий анализ
  - C. Используется далеко не всеми хозяйственными предприятиями
  - D. Представляет коммерческую тайну для всех пользователей информации
- 21. Большое количество показателей финансовых результатов деятельности предприятия**
- A. Создает методические трудности их системного рассмотрения
  - B. Охватывает информацию для использования внутри организации
  - C. Широко освящается в средствах массовой информации
  - D. Характеризуется строгой регламентацией со стороны приводящих организаций
- 24. Внешний финансовый анализ**
- A. Охватывает информацию, предназначенную для использования сотрудниками внутри организации
  - B. Предназначен для различных групп пользователей информации, не входящих в состав организации
  - C. Отвечает на любые вопросы заинтересованных лиц в явном виде
  - D. Предоставляет пользователям информацию в произвольной форме
- 25. В состав информационного обеспечения финансово-экономического анализа деятельности предприятия по источникам их образования входит**

- A. Текущая группировка результатов деятельности предприятия
- B. Информация первичного наблюдения и учета
- C. Информация регулятивно-правового характера, нормативно-справочная информация
- D. Пакет документов по учету материальных ценностей на предприятии

**26. Для анализа и оценки финансового состояния предприятия необходимо**

- A. Провести скользящее планирование
- B. Оценить организационную структуру предприятия
- C. Внедрить систему контроля мероприятий планирования
- D. Иметь соответствующее информационное обеспечение, квалифицированный персонал и владеть методикой анализа

**27. Достаточная точность- это требование, предъявляемое к:**

- A. Задачам анализа
- B. Целям финансово-экономического анализа
- C. Информации финансово-экономической
- D. Оформлению результатов анализа

**28. Информационное обеспечение финансово-экономического анализа деятельности предприятия- это**

- A. Перечень резервов предстоящих расходов и платежей
- B. База распределения косвенных расходов между объектами калькулирования
- C. Статистическая и оперативная отчетность
- D. Пакет документов по учету сырья, заработной платы, амортизационных отчислений

**29. Способ ценных подстановок в анализе основан на логическом приеме**

- A. Последовательного выполнения влияния одного фактора и исключения остальных
- B. Обоснования одновременного влияния всех факторов на анализируемый показатель
- C. По парного сравнения факторов, влияющих на анализируемый показатель
- D. Сравнение фактических значений факторов с базисными

**30. Метод анализа, основанный на равенстве двух сторон изучаемого показателя, называется**

- A. Графическим
- B. Балансовым
- C. Индексным
- D. Метод элиминирования

**31. Факторный анализ раскрывает**

- A. Структуру прибылей и убытков
- B. Коммерческую тайну предприятия
- C. Влияние отдельных причин на резуль- тивный показатель деятельности пред- приятия
- D. Качественные изменения показателей конкурентов

**32. В результате сравнения показателей получаем абсолютное отклонение, которое условно обозначается как**

- A.  $\Delta X = \frac{X_1}{X_0} - 1$ ;
- B.  $\Delta X = X_1 - X_0$ ;
- C.  $\Delta X = \frac{X_1}{X_0} \times 100\% - 100\%$ ;
- D.  $\Delta X = \frac{X_1}{X_0} - X_1$ .

**33. Анализ относительных показателей- это**

- A. Расчет отношений между отдельными позициями расчета
- B. Сравнение выбранной позиции отчетности с предыдущим периодом
- C. Выявление влияния некоторой позиции отчетности на результат в целом
- D. Сравнение межхозяйственных показателей фирм отрасли

**34. Показатель, характеризующий эффективность использования трудовых ре- сурсов:**

- A. Удельный вес торгово-оперативного персонала в общей численности работающих
- B. Размер товарооборота на рубль товарных ресурсов
- C. Производительность труда
- D. Фондовооруженность

**35. Признаки классификации трудовых ре- сурсов по составу:**

- A. Возраст
- B. Стаж работы
- C. Квалификация
- D. Категория

**36. Модель, характеризующая зависимость между выручкой от продажи товаров и использованием трудовых ресурсов:**

- A. Кратная
- B. Мультипликативная
- C. Смешанная
- D. Аддитивная

**37. Факторы, оказывающие прямое влияние на изменение производительности тру- да:**

- A. Численность работающих
- B. Расходы на продажу

- C. Стоимость имущества  
D. Товарные запасы
38. **Факторы, оказывающие прямое влияние на изменение производительности труда:**
- A. Стоимость имущества  
B. Товарные запасы  
C. Качественный состав кадров  
D. Финансовое состояние кадров
39. **Соотношение коэффициента текучести ( $K_t$ ) и коэффициента увольнения ( $K_u$ ) имеет вид:**
- A.  $K_t > K_u$   
B.  $K_t = K_u$   
C.  $K_t \leq K_u$   
D.  $K_t < K_u$
40. **Показатель, характеризующий интенсивность использования трудовых ресурсов:**
- A. Численность  
B. Производительность труда  
C. Товарооборот  
D. Прибыльность
41. **Результативный показатель, по отношению к которому все остальными являются факторами**
- A. Фондовооруженность  
B. Организация труда  
C. Производительность труда  
D. Организация управления
42. **Показатель, рассчитываемый по формуле  $\bar{C}_{cp} \times d_{топ} \times ПТ_{топ}$ , ( $\bar{C}_{cp}$  - среднесписочная численность,  $d_{топ}$  - доля торгового оперативного персонала в общей численности работающих,  $ПТ_{топ}$  - производительность труда работников торгового оперативного персонала), называется:**
- A. Производительность труда одного работающего  
B. Среднесписочная численность торгового оперативного персонала  
C. Структура трудовых ресурсов  
D. Товарооборот
43. **Стоимость, по которой товарные запасы отражаются в бухгалтерском балансе:**
- A. Покупная  
B. Продажная  
C. Средняя  
D. Оптовая
44. **Наличие сверхнормативных товарных запасов на конец периода оказывает на выполнение плана товарооборота**
- A. Положительное влияние  
B. Отрицательное влияние  
C. Взаимосвязь между показателями отсутствует  
D. Влияние отсутствует
45. **Зависимость между динамикой товарных запасов на начало периода и объемом товарооборота имеет:**
- A. Обратный характер  
B. Слабовыраженный характер, определить зависимость не возможно  
C. Прямой характер  
D. Зависимости не существует
46. **Объем товарных ресурсов характеризуют:**
- A. Интенсивность их использования  
B. Экстенсивность их использования  
C. Время их использования  
D. Эффективность их использования
47. **Объем товарных ресурсов определяется по формуле:**
- A.  $Z_k + П - Z_n$ , где:  $Z_n$ ,  $Z_k$  - товарные запасы на начало и конец периода, П - поступление товаров  
B.  $Z_n + П - Z_k$   
C.  $Z_n + П$   
D. Т - ПР, где: Т - товарооборот, ПР - прочий документированный расход
48. **Единица измерения скорости обращения товарных запасов:**
- A. Тыс.руб.  
B. Рубли  
C. Дни  
D. Обороты
49. **Показатель, рассчитываемый по формуле  $TЗ_{ср} : T * Д$  (где:  $TЗ_{ср}$  - средние товарные запасы, Т - товарооборот, Д - количество дней в анализируемом периоде), называется:**
- A. Скорость обращения товарных запасов  
B. Норматив товарных запасов  
C. Время обращения товарных запасов  
D. Равномерность поставок
50. **Формула расчета скорости обращения товарных запасов, где:  $TЗ_{ср}$  - средние товарные запасы, Т - товарооборот, Д - количество дней в анализируемом периоде, имеет вид:**
- A.  $T : TЗ_{ср}$   
B.  $T : TЗ_{ср} * Д$   
C.  $TЗ_{ср} : T * Д$   
D.  $TЗ_{ср} : T$
51. **Динамика интенсивности использования товарных ресурсов будет положительная, если соотношение темпов из-**

*менения товарооборота и средних товарных запасов будет:*

- A. Меньше единицы
- B. Равно единице
- C. Больше единицы

**52. Показатель, рассчитываемый как отношение величины товарных запасов на конкретную дату к однодневному товарообороту:**

- A. Время обращения товарных запасов
- B. Доля товарных запасов в общем объеме продаж
- C. Скорость обращения товарных запасов
- D. Уровень товарных запасов

**53. Расположите показатели прибыли в порядке их формирования а «Отчете о прибылях и убытках»**

- A. Прибыль от продаж
- B. Валовая прибыль
- C. Чистая прибыль
- D. Прибыль до налогообложения

**54. Информация о проценте выполнения задания по ассортименту фиксируется в**

- A. Форме №1 «Бухгалтерский баланс»
- B. Форме №2 «Отчет о прибылях и убытках»
- C. Форме №5 «Приложение к бухгалтерскому балансу»
- D. Форме статистической отчетности с индексом «П»- производство

Составитель: \_\_\_\_\_ Е.С. Микова

Одобрено на заседании совета ОСПО  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **3.3 МДК.02.03 Маркетинг**

### **3.3.1 Примерный перечень тем докладов и выступлений**

1. Уровни и маркетинговая классификация товара
2. Жизненный цикл товара
3. Создание нового товара
4. Ассортимент товаров
5. Товарный знак
6. Конкурентоспособность товара
7. Цели, виды, принципы рекламы
8. Мотивы рекламного обращения
9. Показатели рекламной деятельности. Средства рекламы
10. Планирование и контроль маркетинга
11. Организация службы маркетинга
12. Области применения маркетинга

### **3.3.2 Глоссарий для проведения диктантов по дисциплине**

Запрос

Концепция интенсификации коммерческих усилий

Концепция маркетинга

Концепция совершенствования производства

Концепция совершенствования товара

Концепция социально-этичного маркетинга

Маркетинг

Нужда

Обмен

Потребность

Рынок

Сделка

Товар

Объекты маркетинга

Маркетинг-mix

Маркетинговая среда

Внутренняя среда маркетинга

Микросреда маркетинга

Макросреда маркетинга

Факторы макросреды (перечислить)

Факторы микросреды (перечислить)

Контактные аудитории организации

Демографические факторы макросреды



Экономические факторы макросреды  
Научно-технологические факторы макросреды  
Природные факторы макросреды  
Политико-правовые факторы макросреды  
Социально-культурные факторы макросреды  
Маркетинговая информационная система (МИС)  
Первичная маркетинговая информация  
Вторичная маркетинговая информация  
Метод фокус-групп  
Глубинное интервью  
Анализ протокола  
Наблюдение  
Эксперимент  
Опрос  
Панельный метод маркетинговых исследований  
Аудит розничной торговли  
Holl-test  
Home-test  
Таинственный покупатель  
Выборка  
Рынок  
Элементы рынка (перечислить)  
Товарный рынок  
Потенциальный рынок  
Рынок продавца  
Рынок покупателя  
Сложное покупательское поведение  
Неуверенное покупательское поведение  
Привычное покупательское поведение  
Поисковое покупательское поведение  
Товар-новинка  
Товар-имитатор  
Целевой маркетинг  
Сегментирование рынка  
Сегмент рынка  
Товар по замыслу  
Товар в реальном исполнении  
Товар с подкреплением  
Жизненный цикл товара  
Этапы ЖЦТ  
Ассортимент товара  
Товарный знак  
Цена

Свободные цены  
Регулируемые цены  
Фиксируемые цены  
Тарифы  
Ценообразование  
Этапы ценообразования (перечислить)  
Внутренние факторы ценообразования  
Внешние факторы ценообразования  
Стратегия премиальных наценок  
Стратегия завышенной цены  
Стратегия ограбления  
Стратегия глубокого проникновения  
Стратегия снятия сливок  
Канал распределения  
Канал нулевого уровня  
Косвенный канал  
Стратегия интенсивного распределения  
Стратегия селективного (избирательного) распределения  
Стратегия эксклюзивного распределения  
Оптовая торговля  
Розничная торговля  
Комплекс продвижения  
Реклама  
Стимулирование сбыта  
Личная продажа  
Пропаганда

### **3.3.3 Комплект тестов для текущего контроля знаний**

*Перечень дидактических единиц для текущего тестирования*

1. Понятие и сущность маркетинга
2. Маркетинговые исследования
3. Товар в системе комплекса маркетинга
4. Цена
5. Система распределения в маркетинге
6. Маркетинговые коммуникации
7. Управление маркетингом
8. Области применения маркетинга

## Пример текущего контроля знаний в виде тестирования

### Раздел 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА

#### 1 ВАРИАНТ

**1. Главным в определении маркетинга является...**

- А. рекламная направленность деятельности предприятия
- Б. удовлетворение потребностей потребителя в повышении качества жизни
- В. снижение издержек производства предприятия
- Г. сбыт товара предприятия на определённом рынке

**2. Маркетинг начинается с ...**

- А. разработки рекламного производства
- Б. программы стимулирования сбыта
- В. формирования пакета ценовых стратегий
- Г. изучения рынка и запросов потребителей

**3. Аналитическая функция маркетинга включает:**

- А. изучение рынка
- Б. организацию материально-технического снабжения
- В. изучение потребителя
- Г. организацию товародвижения
- Д. организацию стратегического планирования

**4. Производственная функция маркетинга включает:**

- А. изучение рынка
- Б. организацию материально-технического снабжения
- В. изучение потребителя
- Г. организацию товародвижения
- Д. управление качеством и конкурентоспособностью товаров

**5. Сбытовая функция маркетинга включает:**

- А. изучение внутренней среды предприятия
- Б. изучение конкурентов
- В. проведение товарной политики
- Г. организацию системы товародвижения
- Д. управление рисками

**6. Анализ и оценка конкурентоспособности продукции фирмы является подфункцией ...**

- А. аналитической функции маркетинга
- Б. производственной функции маркетинга
- В. сбытовой функции маркетинга
- Г. функции управления

**7. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо – это ...**

**8. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида – это ...**

**9. Совокупность покупателей и продавцов, которые совершают операции по купле-продаже товаров определенного типа – это ...**

**10. Экономический процесс взаимосвязи и борьбы между фирмами, целью которого является завоевание преимуществ в сбыте своей продукции – это ...**

**11. Отметьте виды деятельности или инструменты, которые входят в состав комплекса маркетинга:**

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> А. посредники       | <input type="checkbox"/> Д. цена          | <input type="checkbox"/> З. мотивация потребителей |
| <input type="checkbox"/> Б. продукт          | <input type="checkbox"/> Е. производство  | <input type="checkbox"/> И. продвижение            |
| <input type="checkbox"/> В. прямой маркетинг | <input type="checkbox"/> Ж. распределение | <input type="checkbox"/> К. потребители            |
| <input type="checkbox"/> Г. ценность товара  | <input type="checkbox"/> информация       |  |

**12. Если целью фирмы является производство товаров высокого качества по умеренной цене при низких расходах на маркетинг, то целесообразно использовать концепцию...**

- А. совершенствования товара
- Б. социально-этического маркетинга
- В. совершенствования производства
- Г. интенсификации коммерческих усилий

**13. Концепция \_\_\_\_\_ основана на том, что потребители не будут активно покупать товар, производимый данной компанией, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широкомасштабной продаже**

- А. маркетинга
- В. совершенствования производства
- Б. интенсификация коммерческих усилий
- Г. совершенствования товара

**14. Объектами внимания в концепции социально-этичного маркетинга являются:**

- А. нужды и потребности людей
- В. товар, который нужно продать
- Б. требования общества и природы
- Г. издержки производства товара

**15. Средствами достижения цели в концепции совершенствования производства являются ...**

- А. совершенствование технологии
- Б. изучение нужд и потребностей людей
- В. реклама
- Г. снижение цен

**16. Распределите маркетинговые концепции в хронологической последовательности согласно периоду возникновения:**

1. А. концепция классического маркетинга
2. Б. концепция совершенствования производства
3. В. концепция социально-этичного маркетинга
4. Г. концепция совершенствования товара
5. Д. концепция интенсификации коммерческих усилий
6. Е. маркетинг взаимодействия

**17. Установите соответствие между состоянием потребительского спроса и характерным для него видом маркетинга**

- |                                     |                       |
|-------------------------------------|-----------------------|
| 1. Чрезмерный спрос                 | А. ремаркетинг        |
| 2. Негативный (отрицательный) спрос | Б. противоборствующий |
| 3. Иррациональный спрос             | В. конверсионный      |
| 4. Падающий спрос                   | Г. демаркетинг        |
|                                     | Д. развивающий        |

**18. ... ориентирован на товары, предназначенные для личного или семейного пользования**

- А. маркетинг потребительских товаров
- Б. маркетинг товаров производственно-технического назначения
- В. маркетинг услуг
- Г. коммерческий маркетинг

**19. ... осуществляется организациями и отдельными лицами, которые действуют в общих интересах, выступают за какую-либо идею и не стремятся к получению финансовых результатов**

- А. коммерческий маркетинг
- В. демаркетинг
- Б. некоммерческий маркетинг
- Г. ремаркетинг

20. ... осуществляется при участии государства и призван проанализировать состояние потребностей на уровне общества и выработать государственную политику в определенных сферах жизнедеятельности общества

- А. синхромаркетинг
- Б. микромаркетинг
- В. вирусный маркетинг
- Г. макромаркетинг

Тема ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА

## Вариант 2

1. *Сущность маркетинга заключается в...*

- А. перемещении товаров от производителя к потребителю
- Б. создании товаров и услуг, соответствующих потребностям рынка
- В. разработке маркетинговой стратегии
- Г. выборе целевого рынка

2. *Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определением*

- |                        |  |
|------------------------|--|
| 1. Объекты маркетинга  | А. Достижение рыночного согласия между производителями и потребителями при обоюдной выгоде в наилучших условиях                    |
| 2. Субъекты маркетинга | Б. Законы и закономерности развития рыночных отношений   |
| 3. Предмет маркетинга  | В. Производитель или обслуживающие предприятия, оптовые организации, розничные организации, специалисты по маркетингу, потребитель |
| 4. Цели маркетинга     | Г. товары, услуги, идеи, организации, территории, отдельные люди   |

3. *Аналитическая функция маркетинга включает:*

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> А. Организацию производства новых товаров | <input type="checkbox"/> Г. Организацию сервиса  |
| <input type="checkbox"/> Б. Изучение товарной структуры рынка      | <input type="checkbox"/> Д. Изучение конкурентов |
| <input type="checkbox"/> В. Управление рисками                     |  |

4. *Сбытовая функция маркетинга включает:*

- А. Изучение товарной структуры рынка
- Б. Проведение ценовой политики
- В. Изучение конкурентов
- Г. Организацию сервиса
- Д. Управление рисками

5. *Функция управления и контроля в маркетинге заключается в:*

- А. Организации стратегического планирования
- Б. Организации материально-технического снабжения
- В. Изучении товарной структуры
- Г. Организации системы товародвижения
- Д. Организации коммуникаций

6. *Формирование ценовой политики относится к \_\_\_\_\_ функции маркетинга*

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| ○ А. управленческой   | ○ В. сбытовой          |
| ○ Б. производственной | ○ Г. исследовательской |

7. *Потребность, подкрепленная покупательской способностью – это ...*

8. *Все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования и потребления – это ...*

9. *Акт (процесс) получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен – это ...*

10. ... – *нужда, ставшая столь настоятельной, что заставляет человека искать пути и способы ее удовлетворения*

11. *Ориентации на рынок более всего соответствует утверждение...*

- А. «Найдите то, что можно продать, а затем попытайтесь произвести»
- Б. «Попробуйте максимально полно использовать имеющиеся у Вас ресурсы для того, чтобы произвести товар»
- В. «Попробуйте как можно лучше продать то, что удаётся произвести»
- Г. «Заведите покупателя и заставьте купить товар»

12. *Идея социально-этического маркетинга требует сбалансированности трёх факторов:*

- А. интересов общества, прибыли посредников, потребностей фирмы
- Б. потребностей потребителей, прибыли фирмы и интересов общества
- В. дохода государства, потребностей поставщиков, интересов потребителей
- Г. прибыли фирм, потребностей конкурентов, интересов государства

13. *На рынке, где спрос на товары превышает предложение, используется концепция маркетинга...*

- А. социально-этического маркетинга
- Б. совершенствование товара
- В. совершенствования производства
- Г. стимулирования сбыта

14. *Концепция социально-этического маркетинга требует учета ...*

- А. целей и интересов фирмы, потребностей и предпочтений потребителей
- Б. интересов общества, требований рациональности потребления
- В. восприимчивости потребителей к комплексу продвижения фирмы
- Г. возможностей наращивания производственной мощности предприятия

15. *Установите соответствие между типами маркетинга в зависимости от сферы применения и их объектами.*

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 1. Потребительский | А. социальные программы                              |
| 2. Промышленный    | Б. потребительские услуги, инновационные услуги      |
| 3. Маркетинг услуг | В. сырье, материалы, части, установки                |
|                    | Г. товары для личного, некоммерческого использования |

16. *Установите соответствие между состоянием потребительского спроса и характерным для него видом маркетинга*

- |                                  |                    |
|----------------------------------|--------------------|
| 1. Нерегулярный спрос            | А. развивающий     |
| 2. Полноценный спрос             | Б. стимулирующий   |
| 3. Отсутствующий спрос           | В. поддерживающий  |
| 4. Скрытый (потенциальный) спрос | Г. конверсионный   |
|                                  | Д. Синхромаркетинг |

17. ... *осуществляется в организациях, целью которых является получение прибыли*

- А. коммерческий маркетинг
- Б. некоммерческий маркетинг
- В. демаркетинг
- Г. ремаркетинг

18. ... *используется с целью создания, поддержания или изменения мнения или поведения клиентов, применительно к отдельным местам*

- А. маркетинг мест
- Б. внутренний маркетинг
- В. международный маркетинг
- Г. маркетинг идей

*19. ... - это направление, использующее инструменты маркетинга для улучшения жизни как отдельных людей, так и всего общества в целом*

- А. маркетинг личности
- Б. маркетинг мест
- В. демаркетинг
- Г. общественный (социальный) маркетинг

*20. ... - маркетинговая деятельность, осуществляемая на уровне отдельной организации, предприятия, ориентированная на рынок товаров и услуг, удовлетворяющих потребности потенциальных и существующих покупателей*

- А. макромаркетинг
- Б. микромаркетинг
- В. вирусный маркетинг
- Г. синхромаркетинг

### **3.3.5 Комплект оценочных средств для рубежного контроля знаний**

Изучение междисциплинарного курса МДК.02.03 «Маркетинг» рассчитано на 1 семестр. Формой рубежного контроля знаний по МДК.02.03 является и экзамен.

Экзамен проводится в устной форме. В структуру экзаменационного билета входят 2 теоретических вопроса и задача / ситуация.

Количество экзаменационных билетов: 25.

Время подготовки к ответу: 30 минут.

*Контрольные вопросы к экзамену*

1. Понятие и сущность маркетинга. Предмет, объекты и субъекты маркетинга.
2. Основные понятия маркетинга.
3. Функции маркетинга.
4. Классификация маркетинга. Составляющие комплекс маркетинга.
5. Концепции управления маркетингом.
6. Классификация и типы маркетинга.
7. Понятие и классификация маркетинговой среды. Характеристика внутренней среды маркетинга.
8. Микросреда маркетинга. Факторы, влияющие на формирование микросреды предприятия.
9. 2. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.
10. Маркетинговая информационная система и методы ее сбора.
11. Цели, направления и процедура маркетинговых исследований.
12. Исследования в маркетинговой деятельности. Анкета: требования к составлению анкеты, возможные ошибки.
13. Исследование рынка. Типы рынков. Доля рынка. Основные направления изучения рынка. Исследование спроса.
14. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.

15. Исследование поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
16. Исследование поведения потребителей. Типы поведения потребителей.
17. Процесс принятия решения о покупке.
18. Сегментирование рынка: понятие, уровни, необходимость сегментирования.
19. Принципы сегментирования. Выбор целевого рынка. Стратегии охвата рынка.
20. Понятие позиционирования, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, основания для позиционирования, альтернативные способы позиционирования товаров.
21. Товар, как важнейшее средство удовлетворения потребностей в маркетинговой деятельности: маркетинговое понятие товара и его функции. Классификации товара.
22. Понятие ЖЦТ. Характеристика основных этапов ЖЦТ.
23. Создание новых товаров. Классификация новых товаров в маркетинге.  
Основные методы создания новых товаров. Процесс создания.
24. Конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятия, продукции и услуг; конкурентные преимущества.
25. Функции цены. Виды цен. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования.
26. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования. Реакция на снижение цен конкурентами.
27. Каналы распределения, их функции. Уровни канала. Виды каналов. Стратегии распределения.
28. Оптовая торговля.
29. Розничная торговля.
30. Реклама: цели, виды и принципы. Мотивы рекламного обращения.
31. Показатели рекламной деятельности. Средства рекламы.
32. Стимулирование сбыта. Стимулирование потребителей. Стимулирование сферы торговли и торгового персонала.
33. Пропаганда. Личная продажа.
34. Планирование и контроль маркетинга.
35. Организация службы маркетинга.



## ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Министерство образования и науки РФ ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный универ- ситет»	по дисциплине специальность  институт	МДК.02.03 «Маркетинг» 38.02.04 Коммерция (по отраслям) ТЭИ ОСПО курс 2
--	--	---

**1. Понятие и сущность маркетинга. Предмет, объекты и субъекты маркетинга.**

**2. Процесс принятия решения о покупке.**

**3. Ситуация**

*Ознакомьтесь с кратким описанием положения организации на рынке и сформулируйте маркетинговые цели и задачи для неё.*

Фирма «А» выступает посредником (франчайзи) между разработчиком программных продуктов на платформе 1С и конечными потребителями. Ассортимент и ценовая политика строго определены разработчиком, и фирма «А» не вправе его менять. Одновременно с фирмой «А» на региональном рынке действует еще несколько партнеров разработчика, являющиеся конкурентами.

Доля на рынке фирмы «А» недостаточно велика, как хотелось бы. Степень известности фирмы «А» также сравнительно мала.

Составитель: \_\_\_\_\_ Н.В. Тарима

Одобрено на заседании совета ОСПО  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

