

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 25.02.2025 14:45:49
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e448cd8bfce392f7274a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Кафедра маркетингового менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой маркетингового менеджмента



Л.В. Балабанова

«19» февраля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

Б1.В.ДВ.08.01 «ОПТОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

(наименование учебной дисциплины, практики)

Направление подготовки 38.04.02

Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Программа высшего образования -

программа магистратуры

Магистерские программы: Менеджмент организаций и
администрирование, Логистика

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:

ст. преподаватель

(должность)

(подпись)

Н.О. Мизяева

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании
кафедры

от 19.02. 2024 г., протокол № 13

Донецк 2024 г.
Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
Б1.В.ДВ.08.01 ОПТОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Таблица 1

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в
результате

№ п/п	Код и наименование компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы учебной дисциплины (модуля), практики	Этапы формирования (семестр изучения)
	ПК-7 Способен разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля.	<p>ИД-1пк-7 - проводит маркетинговые исследования рынка, мониторинг цен на товары, работы, услуги, выявляет ценообразующие параметры товаров, работ, услуг;</p> <p>ИД-3пк-7 - осуществляет мониторинг поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере коммерческой деятельности.</p>	<p>Тема 1. Оптово-посредническая деятельность в системе товарного рынка</p> <p>Тема 2. Оптовая торговля в рыночных условиях хозяйствования</p> <p>Тема 3. Управление системой хозяйственных связей на оптовом рынке</p> <p>Тема 4. Управление оптовыми закупками товаров</p> <p>Тема 5. Управление оптовой продажей товаров</p> <p>Тема 6. Система оптово-посреднических хозяйственных формирований</p> <p>Тема 7. Управление оптово-посреднической деятельностью на</p>	8

			биржах Тема 8. Управление оптово- посреднической деятельностью на аукционах и торгах (тендерах) Тема 9. Управление оптово- посреднической деятельностью на ярмарках и выставках.	
--	--	--	--	--

**ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ,
ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

Таблица 2

Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель (индикатор) оценивания	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля), практики	Наименование оценочного средства
	ПК-7 Способен разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля	ИД-1ПК-7 - проводит маркетинговые исследования рынка, мониторинг цен на товары, работы, услуги, выявляет ценообразующие параметры товаров, работ, услуг; ИД-3ПК-7 - осуществляет мониторинг поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере	Тема 1. Оптово-посредническая деятельность в системе товарного рынка Тема 2. Оптовая торговля в рыночных условиях хозяйствования Тема 3. Управление системой хозяйственных связей на оптовом рынке Тема 4. Управление оптовыми закупками товаров Тема 5. Управление	Вопросы для собеседования (устного опроса), разноуровневые задачи и ситуационные задания, тестовые задания, задания для внеаудиторной самостоятельной работы

		коммерческой деятельности.	оптовой продажей товаров Тема 6. Система оптово-посреднических хозяйственных формирований Тема 7. Управление оптово-посреднической деятельностью на биржах Тема 8. Управление оптово-посреднической деятельностью на аукционах и торгах (тендерах) Тема 9. Управление оптово-посреднической деятельностью на ярмарках и выставках.	
--	--	----------------------------	--	--

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу
«Собеседование (устный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов > 90%)
0,5	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов >70%)
0,25	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
	раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов >50%)
0	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения речи (количество правильных ответов <50%)

Таблица 4

Критерии и шкала оценивания по следующим оценочным материалам:

«Разноуровневые задачи и ситуационные задания»

«Задания для внеаудиторной самостоятельной работы»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
2	Задание выполнено на высоком уровне (даны правильные ответы на 90-100% вопросов/задач)
1,5	Задание выполнено на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-89% вопросов/задач)
1,0	Задание выполнено на низком уровне (даны правильные ответы на 60-74% вопросов/задач)
0	Задание выполнено на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-59% вопросов/задач)

Таблица 5

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тестовые задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Тестовые задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 75-100% вопросов)
0,5	Тестовые задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов)
0	Тестовые задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 50% вопросов)

Таблица 6

Перечень оценочных материалов по учебной дисциплине
«Управление изменениями»

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	Собеседование (устный опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам / разделам учебной дисциплины
2.	Ситуации и ситуационные задания	а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела учебной дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Задания для решения практических ситуаций
3.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
4.	Контрольная работа (для студентов заочной формы обучения)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или учебной дисциплине.	Комплект контрольных заданий по вариантам
5.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Методические материалы отражают основные сведения о каждом оценочном средстве, используемом в ходе изучения учебной дисциплины «ОПТОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ» для контроля результатов обучения.

Оценивание компетенций по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств

по темам учебной дисциплины:

- собеседование (устный опрос);
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий;
- тестовые задания;
- задания для внеаудиторной самостоятельной работы;

в целом по учебной дисциплине:

- подготовка научных публикаций;
- участие в конкурсах научных студенческих работ по направлению подготовки, научных конференциях и т.д. с занятием призовых мест
- контрольная работа (для студентов заочной формы обучения);
- реферат.

Таблица 7

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Для очной формы обучения

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу											Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль №1				Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	
9	9	9	9	9	9	10	9	9	9	9	100

Примечание. T1, T2, ... T11 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Для заочной формы обучения

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу											Максимальная сумма баллов	Экзамен
Смысловой модуль №1				Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11		
4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	40	60

Примечание. T1, T2, ... T11 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Таблица 8

Система начисления баллов

№	Виды работ (по темам учебной дисциплины)	Баллы
1	Собеседование (устный опрос)	2
2	Решение разноуровневых задач и ситуационных заданий	3
3	Тестовые задания	2
4	Задания для внеаудиторной самостоятельной работы	2
Дополнительно (в целом по учебной дисциплине)		
1	Подготовка научных публикаций	3
2	Участие в конкурсах научных студенческих работ по направлению подготовки, научных конференциях и т.д. с занятием призовых мест	3
3	Реферат	3

Система оценивания по учебной дисциплине, изучаемой в заочной форме
обучения

Форма контроля	Максимальное количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- собеседование (темы №1-9)	3	27
- реферат (темы №5-6)	13	13
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий (темы №1-9)	5	45
- текущий модульный контроль	5	15
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

Таблица 9

Соответствие государственной шкалы оценивания академической
успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

Вопросы для собеседования (устного опроса)

1. Оптово-посредническая деятельность: сущность и значение
2. Оптовый рынок как сфера осуществления оптово-посреднической деятельности
3. Оптовая торговля в сфере товарного обращения
4. Виды и формы оптовой торговли.
5. Субъекты оптовой торговли

6. Хозяйственные связи субъектов оптового рынка: сущность, значение, классификация.
7. Виды хозяйственных договоров.
8. Управление оптовыми закупками: сущность значение, принципы и содержание закупочной работы на оптовом рынке.
9. Планирование оптовых закупок товаров.
10. Обоснование выбора поставщиков товара.
11. Управление оптовыми закупками товаров на основе прямых договорных связей.
12. Управление оптовыми закупками товаров на основе товарообменных операций.
13. Формы оптовой продажи товаров в системе управления товародвижением.
14. Организация и методы продажи товаров со складов оптовых баз.
15. Мелкооптовая форма продажи товаров.
16. Организация филиальной сети
17. Посреднические организации в оптовой торговле
18. Организация дистрибьюторских сетей
19. Дилеры на товарном рынке
20. Торговые дома
21. Биржевая торговля как форма организации оптового рынка.
22. Товарные биржи: сущность, виды, организационная структура.
23. Организация биржевых торгов.
24. Оптовая закупка товаров на аукционах.
25. Понятие и значение торгов (тендеров).
26. Процедура подготовки и проведения торгов.
27. Понятие, виды и задачи ярмарок и выставок.
28. Порядок подготовки и проведения ярмарок (выставок).
29. Технология ярмарочно-выставочной деятельности.

Тестовые задания

1. Что собой представляет стратегия предприятия?
 - 1.1. Это обобщающая модель стратегического поведения предприятия, которая определяет план и направление управленческих действий, направленных на перевод предприятия к желательной бизнес-позиции и достижению его стратегических целей.
 - 1.2. Это философия предприятия, которое ориентирует его на постоянное развитие ради загорания желательной позиции на рынке, концепция достижения успеха в будущем.
 - 1.3. Это план, рассчитанный на перспективу система мероприятий, предназначенных для достижения стратегических целей предприятия в перспективе, которые определяют направление его стратегического развития.

- 1.4. Это путь предприятия из прошлого в будущее, осознание предприятием желательных результатов и рисков.
2. Чем не должна быть стратегия?
 - 2.1. Способ установления взаимодействия предприятия с внешней средой, основа для проведения изменений.
 - 2.2. План, который следует выполнить при любых условиях, перечень стандартных форм и документов, которые просто объединяют операционные планы предприятия, идея лишь высшего руководства.
 - 2.3. Основной содержательный элемент деятельности высшего руководства.
 - 2.4. Фактор стабилизации отношений в коллективе, который помогает наладить их эффективную работу.
3. Что дает стратегия предприятию, в чем заключается ее значение?
 - 3.1. Способ установления взаимодействия предприятия с внешней средой, основу для проведения изменений.
 - 3.2. План, который следует выполнить при любых условиях, перечень стандартных форм и документов, которые просто объединяют операционные планы предприятия, идея лишь высшего руководства.
 - 3.3. Разрешает определить основные направления и пути достижения целей, разработать стратегические планы, программы и проекты, стабилизировать взаимоотношения в предприятии, наладить его эффективную работу.
 - 3.4. Немедленный результат, стопроцентное предвидение будущего, выполнение всех планов и достижение всех запланированных показателей в желательных объемах.
4. Который из подходов к определению стратегий предусматривает, что планы всегда должны быть подвижными, чтобы разрешить предприятию учиться и адаптироваться к окружению?
 - 4.1. Плановый подход.
 - 4.2. Емерджентный подход.
 - 4.3. Подход с точки зрения конкурентного позиционирования.
 - 4.4. Подход с точки зрения ключевых компетенций.
5. Который из типов стратегий существует в виде предположения, общей идеи того, каким образом будет развиваться предприятие в будущем?
 - 5.1. Стратегия-замысел.
 - 5.2. Стратегия-план.
 - 5.3. Стратегия-действие.
 - 5.4. Стратегия-реакция.
6. На каких базовых элементах основывается стратегия предприятия?
 - 6.1. Знание рынка и понимание бизнеса, которым занимается предприятие, стратегический анализ внешней и внутренней среды.
 - 6.2. Стратегическое мышление, формальный процесс стратегического планирования, эффективная реакция на непредвиденные возможности.
 - 6.3. Определение стратегических ориентиров, стратегический анализ, стратегическое мышление.
 - 6.4. Стратегическое планирование и эффективная реакция на непредвиденные возможности.

7. Стратегический набор - это:
 - 7.1. Иерархическая система взаимосвязанных стратегий разных уровней, которые определяют направления всестороннего развития предприятия в определенный период времени и обеспечивают достижение его стратегических целей.
 - 7.2. Система корпоративных и функциональных стратегий, которая отбивает специфику функционирования и развития предприятия.
 - 7.3. Совокупность стратегических элементов: миссии, стратегических целей, программ, планов, разработанных на определенный отрезок времени.
 - 7.4. Совокупность стратегий управления разнообразными сферами бизнеса предприятия.
8. В стратегическом наборе выделяются следующие равные стратегии:
 - 8.1. Корпоративный, специфический, функциональный.
 - 8.2. Корпоративный, функциональный, операционный.
 - 8.3. Глобальный, корпоративный, бизнес-уровень.
 - 8.4. Корпоративный, бизнес-уровень, функциональный.
9. Основными характеристиками стратегического набора есть:
 - 9.1. Отображение достигнутого уровня развития, содействие достижению стратегических целей предприятия;
 - 9.2. Иерархичность, уникальность, оригинальность, ориентация на перспективу, синергизм.
 - 9.3. Иерархический характер, взаимосвязанность стратегий, оригинальность, целостность, ясность.
 - 9.4. Ориентация на перспективу, синергетичный эффект от комплексного использования стратегий, сбалансированность стратегий, гибкость.
10. Основными требованиями, которые предъявляются к стратегическому набору, есть:
 - 10.1. Содействие достижению стратегических целей.
 - 10.2. Взаимосвязанность стратегий разных уровней, их сбалансированность.
 - 10.3. Надежность, ясность, целостность, гибкость и динамичность.
 - 10.4. Все вышеперечисленное.

Задания для внеаудиторной самостоятельной работы

Тематика рефератов по дисциплине:

1. Сущность и эволюционные трансформации категории «оптовая торговля».
2. Оптовая торговля как профессиональная деятельность.
3. Оптовые предприятия как основные субъекты оптового рынка.
4. Основные формы организации оптовой торговли.
5. Инфраструктура оптового рынка.
6. Договоры в оптовой торговле.
7. Лицензирование оптовой торговли.
8. Сертификация товаров в оптовой торговле.
9. Упаковка и маркировка товаров в торговле.
10. Ответственность предприятий оптовой торговли.
11. Экономическая природа коммерческого посредничества.
12. Роль оптово-посреднических предприятий в распределении продукции.
13. Развитие и повышение качества выполнения посреднических функций.

14. Организация оптовой торговли товарами народного потребления.
15. Организация и методы продажи товаров в оптовой торговле.
16. Формирование системы менеджмента оптового предприятия.
17. Управление персоналом предприятий оптовой торговли.
18. Маркетинг в торговле как ключевой фактор успеха оптового предприятия.
19. Организационные структуры маркетинга в оптовых предприятиях.
20. Ценовая политика оптово-посреднических хозяйственных формирований.
21. Управление рекламной деятельностью в торговле.
22. Управление конкурентоспособностью оптово-посреднических предприятий.
23. Коммерческая деятельность в торговле: сущность, практика осуществления, возможности совершенствования.
24. Комплексная система управления коммерческой деятельностью в торговле на основе маркетинга.
25. Организация работы по формированию заказов потребителей в торговле.
26. Планирование закупок и поставки оптового предприятия.
27. Управление ассортиментом товаров в предприятиях оптовой торговли.
28. Виды и формы услуг на оптовом рынке.
29. Развитие системы услуг в торговле.
30. Управление работой оптовых складов.
31. Транспортное обеспечение в торговле.
32. Изучение и поиск коммерческих партнеров из оптовых закупок товаров.
33. История развития выставочно-ярмарочной деятельности.
34. Аукционы: эволюция, виды и организация поведения.
35. Тендеры: назначение, основные понятия, порядок заключения договоров.
36. История развития биржевых структур в системе оптовой торговли.
37. Товарная биржа - эффективный инструмент функционирования товарных рынков.
38. Порядок осуществления операций на биржах.
39. Управление оптовыми закупками товаров в иностранных фирмах.
40. Торговые дома - современные реалии инфраструктуры оптового рынка.