Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 20:58:48
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce39272a2ad76a271b2

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 маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

_____ Рвачёва И.М.
(подпись)

«17» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине
Б1.В.ДВ.09.02 ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НА РЫНКАХ
(шифр и наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Профиль Рекламный бизнес

Разработчик:

к.э.н., доцент		Е.И. Манаенко
(должность)	(подпись)	(ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры от «17» февраля 2026 г., протокол №14

Донецк 2026 г.

Паспорт
оценочных материалов по дисциплине
ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ НА РЫНКАХ

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик.	**Тема 1.** Виды и классификация розничной торговой сети. **Тема 2.** Специализация и типизация розничной торговой сети. **Тема 3.** Основные условия и принципы размещения магазинов в городах. **Тема 4.** Виды торговых зданий и основные требования к устройству магазинов. **Тема 5.** Функциональные помещения магазинов, их планировка и взаимосвязь. **Тема 6**. Основные принципы определения площадей функциональных помещений магазинов. **Тема 7.** Основные принципы и порядок формирования ассортимента товаров в магазине. **Тема 8.** Основные элементы, формирующие уровень качества обслуживания покупателей в магазине. **Тема 9.** Основные факторы, влияющие на эффективность использования розничной торговой сети.	5
2	ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик.	**Тема 10.** Товарные запасы торгового предприятия, их назначение и классификация. **Тема 11.** Организация обеспечения торгового предприятия товарными ресурсами. **Тема 12.** Назначение, функции и классификация товарных складов. **Тема 13.** Состав групп помещений склада, методика их расчета и планирования.	6

		Тема 14. Принципы организации складских операций. **Тема 15.** Технико-экономические показатели работы складов. **Тема 16.** Маркетинговая политика распределения и организация товародвижения. **Тема 17.** Понятие хозяйственных связей по поставкам товаров, их структура и особенности содержания торговли с поставщиками. **Тема 18.** Организация товароснабжения розничной торговой сети.	

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик.	ИДК-2ПК-2 Уметь проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга, давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	**Тема 1.** Виды и классификация розничной торговой сети. **Тема 2.** Специализация и типизация розничной торговой сети. **Тема 3.** Основные условия и принципы размещения магазинов в городах. **Тема 4.** Виды торговых зданий и основные требования к устройству магазинов. **Тема 10.** Товарные запасы торгового предприятия, их назначение и классификация. **Тема 11.** Организация обеспечения торгового предприятия товарными ресурсами. **Тема 12.** Назначение, функции и классификация товарных складов. **Тема 13.** Состав групп помещений склада, методика их расчета и планирования. **Тема 14.** Принципы организации складских операций. **Тема 15.** Технико-экономические показатели работы складов. **Тема 5.** Функциональные помещения магазинов, их планировка и	опрос, доклад, реферат, тесты, задачи, контрольная работа

			взаимосвязь. **Тема 6**. Основные принципы определения площадей функциональных помещений магазинов. **Тема 7.** Основные принципы и порядок формирования ассортимента товаров в магазине. **Тема 8.** Основные элементы, формирующие уровень качества обслуживания покупателей в магазине. **Тема 9.** Основные факторы, влияющие на эффективность использования розничной торговой сети. **Тема 16.** Маркетинговая политика распределения и организация товародвижения. **Тема 17.** Понятие хозяйственных связей по поставкам товаров, их структура и особенности содержания торговли с поставщиками. **Тема 18.** Организация товароснабжения розничной торговой сети.	

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «разноуровневые задачи и задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
2	решение задачи представлено на высоком уровне (обучающийся верно и в полной мере ответил на поставленные вопросы, аргументированно пояснил свое решение, привел профильные термины и дал им определения, и т.п.)

1	решение задачи представлено на среднем уровне (обучающийся в целом верно ответил на поставленные вопросы, допустив некоторые неточности, и т.п.)
0	решение задачи представлено на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, ошибки, которые повлияли на результат и т.п.); на неудовлетворительном уровне (обучающийся неверно решил задачу); или не решил вовсе

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-10	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
5-7	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
1-4	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 60-74% вопросов/задач)
0	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 60%)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «реферат»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
4	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
3	имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы
2	тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод
1	тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Доклад представлен на высоком уровне (студент полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратоми т.п.)
3-4	Доклад представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1-2	Доклад представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0	Доклад представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «собеседование (устный или письменный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
2	ответ дан на высоком уровне (обучающийся в полной мере ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
1	ответ дан на среднем уровне (обучающийся в целом ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
0	ответ дан на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, с ошибками, и т.п.); на неудовлетворительном уровне или не дан вовсе (обучающийся не готов, затрудняется ответить и т.п.)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
3	ответы на тестовые задания показали высокий уровень знаний (правильныеответы даны на 90-100 % вопросов/задач)
2	ответы на тестовые задания показали средний уровень знаний (правильныеответы даны на 75-89 % вопросов/задач)
1	ответы на тестовые задания показали низкий уровень знаний (правильныеответы даны на 50-74 % вопросов/задач)
0	ответы на тестовые задания показали неудовлетворительный уровень знаний (правильные ответы даны менее чем 50 %)

Примерный перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	**2**	**3**	**4**
1	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и 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 дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или дисциплине.	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	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
4	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
5	Собеседование (устный или письменный опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
6	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Примерный перечень оценочных средств

1. Разноуровневые задачи и задания

Задача 1

Для жилого массива Киевского района города Донецка (пр-т Панфилова – ул. Университетская), площадью 4,5 кв.км. рассчитать количество магазинов по реализации товаров повседневного спроса, используя следующие данные: жилой массив включает зону высокой плотности населения – 40% с радиусом пешеходной доступности 250 м., зона средней плотности населения, – 60% с радиусом пешеходной доступности 500м.; численность населения данной зоны – 30 тыс. жителей; норма торговой площади, которая рекомендуется, на 1000 жителей на текущий период – 90 кв.м.

Решение

1) Используя норму торговой площади, которая рекомендуется, на 1000 жителей на текущий период, определим потребность в торговой площади на текущий период на 30 тыс.жителей:

$$S_{ТОРГ} = \frac{Ч_{ЖИТ} * S_{НОРМ}}{1000} = \frac{30*90}{1000} = 2700 м^2$$

где $S_{торг}$ - потребность торговой площади на текущий период;

$Ч_{жит}$ - численность населения;

$S_{норм}$ - норма площади на 1000 жителей.

2) Определим размер площади зоны с высокой плотностью населения:

$$S = S_{уч} * 40\% / 100 = 4{,}5 * 40\% / 100 = 1{,}8 м^2$$

Определим размер площади зоны со средней плотностью населения:

$$S = S_{уч} * 60\% / 100 = 4{,}5 * 60\% / 100 = 2{,}7 м^2$$

3) Используя радиусы пешеходной доступности, Определим зоны торгового обслуживания отдельными магазинами:

$$S_{обс1} = ПR^2 = 3{,}14 * (0{,}25)^2 = 0{,}2 \text{ км}^2$$

$$S_{обс2} = ПR^2 = 3{,}14 * (0{,}5)^2 = 0{,}8 \text{ км}^2$$

4) Определим количество магазинов для каждой из зон с различной плотностью населения:

$$К = S_{уч} / S_{обс1} = 1{,}8 / 0{,}2 = 9 \text{ магазинов}$$

$$К = S_{уч} / S_{обс2} = 2{,}7 / 0{,}8 = 3 \text{ магазина}$$

Задача 2

Рассчитать потребность в торговой площади г.Шахтерска на перспективу и размер нового строительства, с учетом норматива торговой площади по Донецкой области 330 м^2 на 1000 жителей. Исходные данные для расчета: перспективная численность населения г.Шахтерска – 90 тыс.жителей, розничный товарооборот на 1 жителя по Донецкой области – 38 тыс.руб., розничный товарооборот на 1 жителя г.Шахтерска – 32 тыс.руб., фактическое наличие торговой сети в г.Шахтерске – 18000 м^2.

Решение

Норматив торговой площади для г.Шахтерск определяется по следующей формуле:

$$S_{ТОРГ}^{Шахтерск} = S_{ТОРГ}^{Дон.обл.} * К_Д$$

где $S_{ТОРГ}^{Шахтерск}$ - норматив торговой площади для г.Шахтерск;

$S_{ТОРГ}^{Дон.обл.}$ - норматив торговой площади для Донецкой области;

$К_Д$ - коэффициент дифференциации.

1) Находим коэффициент дифференциации:

$$K_{Д} = \sqrt{\frac{T_{Шахтерск}}{T_{Дон.обл.}}} = \sqrt{\frac{32}{38}} = 0{,}91$$

где $T_{Шахтерск}$- розничный товарооборот на 1 жителя г.Шахтерска;

$T_{Дон.обл}$- розничный товарооборот на 1 жителя по Донецкой области.

2) Полученные данные подставляем в вышеупомянутую формулу определения норматива торговой площади для г.Шахтерска:

$$S_{ТОРГ}^{Шахтерск} = 330 * 0{,}91 = 300 м^2$$

3) Определим потребность торговой площади на 90 тыс. жителей для г.Шахтерск:

$$S_{ТОРГ}^{ПОТР} = S_{ТОРГ}^{Шахтерск} * Ч_{ЖИТ}^{Шахтерск} = 300 * 90 = 27000 м^2$$

где $S_{ТОРГ}^{ПОТР}$ - потребность торговой площади;

$Ч_{ЖИТ}^{Шахтерск}$ - численность населения г. Шахтерска.

4) Определим размер нового строительства:

$$S_{ТОРГ}^{НОВ} = S_{ТОРГ}^{ПОТР} * S_{ТОРГ}^{ФАКТ} = 27000\text{-}18000 = 9000 м^2$$

где $S_{ТОРГ}^{НОВ}$- размер нового строительства;

$S_{ТОРГ}^{ФАКТ}$ - фактическое наличие торговой сети в г.Шахтерске.

Задача 3

Руководствуясь известными условиями и принципами размещения магазинов в городах, распределите основные типы магазинов по зонам торгового обслуживания (жилая зона, зона основной городской транспортной магистрали, зона общегородского значения, центрально-городская зона, зона районного значения).

Торговый центр – $S_{ТОРГ}$ – 22 000 м^2
Мебельный центр - $S_{ТОРГ}$ – 10 000 м^2
Супермаркет – $S_{ТОРГ}$ – 2 000 м^2
Супермаркет – $S_{ТОРГ}$ – 7 500 м^2
Универсам– $S_{ТОРГ}$ – 400 м^2
Магазин «Продукты» – $S_{ТОРГ}$ – 120 м^2
Магазин «Ювелирные изделия и часы» – $S_{ТОРГ}$ – 250 м^2
Магазин «Бытовая химия» – $S_{ТОРГ}$ – 100 м^2
Магазин «Мегаспорт», «Спортмастер» – $S_{ТОРГ}$ – 400 м^2
Магазина «Канцелярские товары» – $S_{ТОРГ}$ – 250 м^2

Решение

Торговый центр – $S_{ТОРГ}$ – 22 000 м^2	общегородская зона
Мебельный центр - $S_{ТОРГ}$ – 10 000 м^2	общегородская зона
Супермаркет – $S_{ТОРГ}$ – 2 000 м^2	зона районного значения
Супермаркет – $S_{ТОРГ}$ – 7 500 м^2	общегородская зона
Универсам– $S_{ТОРГ}$ – 400 м^2	жилая зона
Магазин «Продукты» – $S_{ТОРГ}$ – 120 м^2	жилая зона
Магазин «Ювелирные изделия и часы» – $S_{ТОРГ}$ – 250 м^2	центрально-городская зона
Магазин «Бытовая химия» – $S_{ТОРГ}$ – 100 м^2	зона основной городской транспортной магистрали
Магазин «Мегаспорт», «Спортмастер» – $S_{ТОРГ}$ – 400 м^2	центрально-городская зона
Магазина «Канцелярские товары» – $S_{ТОРГ}$ – 250 м^2	зона основной городской транспортной магистрали

Задача 4

Для жилого массива с численностью населения 10 тыс. чел. планируется строительство магазина типа «Универсам» – «Гастроном». Определите оптимальный типоразмер торгового предприятия, необходимый объем капитальных вложений на строительство и годовой объем прибыли, которая обеспечит окупаемость капитальных вложений за 3,5 года. Удельные капиталовложения для данного типа магазина 9000 руб.

Решение

1) Для указанной численности жителей оптимальным типоразмером магазина является универсам торговой площадью 600 м^2. Зная размер торговой площади (600 м^2) и удельные капиталовложения (стоимость 1 м^2 торговой площади) мы можем определить необходимый объем капитальных вложений для строительства универсама по формуле:

Квл = Sторг*q= 600*9000 = 5400 тыс.руб.

где Квл - объем капитальных вложений для строительства;

q – удельные капиталовложения.

2) Используя формулу окупаемости капиталовложений $T = \frac{K_{ВЛ}}{П_{ГОД}}$ Определим необходимый годовой объем прибыли:

$$П_{ГОД} = \frac{K_{ВЛ}}{T} = \frac{5400}{3,5} = 1543\ тыс.руб.$$

где $П_{ГОД}$ - необходимый годовой объем прибыли;

Т – срок окупаемости капитальных вложений.

Задача 5

АОЗТ «Торгсервис» в 1-м в полугодии в 2019 г. предусматривает реконструкцию одного из магазинов с целью увеличения его торговой площади до 140 м^2. При нормативе торговой площади на 1 рабочее место продавца 20 м^2 проведите расчеты численности продавцов, исходя из режима работы магазина с 9.00 до 19.00 без выходных дней.

Решение

Численность продавцов определяется по следующей формуле:

Ч= $К_{РАБ.МЕСТ}$ *Ксм*Кнепр

1) Определим количество рабочих мест продавцов:

$$К_{РАБ.МЕСТ} = \frac{S_{ТОРГ}}{S_{ТОРГ}^{раб.место}} = \frac{140}{20} = 7 \text{ рабочих мест}$$

где $К_{РАБМЕСТ}$- количество рабочих мест продавцов;

$S_{ТОРГ}$ – торговая площадь;

$S_{ТОРГ}^{раб.место}$- норматив торговой площади на 1 рабочее место продавца.

2) Рассчитываем коэффициент сменности:

$$К_{СМ} = \frac{t_{МАГ}}{t_{СМЕНЫ}} = \frac{10}{7} = 1,4$$

где $К_{СМ}$ - коэффициент сменности;

$t_{МАГ}$ - время работы магазина;

$t_{СМ}$– нормативное время рабочей смены;

3) Рассчитываем коэффициент непрерывности:

$$К_{НЕПР} = \frac{д_{РАБ}}{д_{ТАБ}} = \frac{30}{21} = 1,4$$

где $К_{НЕПР}$ - коэффициент непрерывности;

$д_{РАБ}$ - количество рабочих дней магазина;

$д_{ТАБ}$ – нормативное количество рабочих дней в табеле выхода на работу.

4) Полученные данные подставляем в вышеупомянутую формулу определения численность продавцов:

$$Ч= К_{РАБ.МЕСТ} *К_{СМ}*К_{НЕПР}=7*1,4*1,4=14 \text{ продавцов}$$

Задача 6

Определите показатели использования торговой площади гастронома «Донбасс», исходя из следующих данных: общая площадь гастронома – 1200 м^2, площадь торгового зала 400 м^2, установочная площадь, – 120 м^2, демонстрационная площадь – 260 м. Дайте оценку эффективности использования торговых площадей, проведя расчеты соответствующих показателей.

Решение

Для определения эффективности использования торговой площади необходимо рассчитать: долю торговой площади в общей площади, коэффициент установочной площади торгового зала, коэффициент демонстративной площади торгового зала и сопоставить их значение с нормативными показателями, которые составляют: доля торговой площади в общей площади магазина больше 50%, коэффициент установочной площади – 0,32-0,35, коэффициент демонстрационной площади – 0,7-0,75.

1) Определим долю торговой площади в общей площади гастронома:

$$S_{ТОРГ} = 400/1200*100=33\%$$

2) Определим коэффициент установочной площади:

$$К_{УСТ}= S_{УСТ}/ S_{ТОРГ}=120/400=0,3$$

3) Определим коэффициент демонстрационной площади:

$$К_{ДЕМ}=S_{ДЕМ}/ S_{ТОРГ}=260/400=0,65$$

Выводы: полученные данные показывают, что общая площадь магазина используется не эффективно, поскольку доля торговой площади составляет только 33%; коэффициенты установочной и демонстрационной площади приближаются к оптимальным значениям.

Задача 7

Определите показатели значения установочной площади для различных типоразмеров магазинов:

Универсам жилой зоны – до 400 м^2

Супермаркет административного района - до 1000 м^2

Торговый комплекс районного значения - до 2000 м^2

Торговый центр общегородского значения – менее 10 000 м^2

Решение

Значение показателя установочной площади зависит от места расположения магазина и плотности покупательских потоков.

В этой связи, в жилых зонах этот показатель может иметь максимальное значение $К_{УСТ}$=0,35, в зонах средней плотности покупательских потоков $К_{УСТ}$=0,32, в торговых комплексах учитывается доля площади услуг, что возможно при снижении этого показателя до $К_{УСТ}$=0,3, в местах максимальной концентрации покупательских потоков, необходимы достаточно широкие магистральные проходы для покупателей, в этой связи $К_{УСТ}$=0,26-0,28.

Задача 8

Определите уровень культуры обслуживания покупателей ТЦ «Донецк Сити», используя следующие данные: коэффициент устойчивости (стабильности) ассортимента - 0,9; коэффициент дополнительных услуг - 0,95; коэффициент затрат времени на обслуживание - 0,85. Из опрошенных 200 покупателей, 190 дали отличную и хорошую оценку качества обслуживания в торговом центре.

Решение

Обобщающий показатель уровня культуры обслуживания рассчитывается по следующей формуле:

$$К_{ОБ} = (Ка*З_1+Ку*З_2+Кзв*З_3+К_{МП}) /2$$

Студент самостоятельно определяет значимость перечисленных показателей, например: значимость коэффициента устойчивости ассортимента – 0,5 ($З_1$); значимость коэффициента дополнительных услуг – 0,3 ($З_2$); значимость коэффициента затрат времени на обслуживание – 0,2 ($З_3$).

1) Определим коэффициент мнения покупателей:

$$К_{МП} =190/200=0,95$$

2) Подставляем полученные данные в вышеупомянутую формулу определения показателя уровня культуры обслуживания:

$$К_{ОБ} =(0,9*0,5+0,95*0,3+0,85*0,2+0,95)/2 = (0,45+0,28+0,17+0,95)/2=0,93$$

Выводы: если обобщающий показатель составляет больше 0,9, то уровень обслуживания покупателей на данном предприятии считается высоким; если его показатель составляет 0,7-0,9, то обслуживание покупателей на данном предприятии считается хорошим; если его показатель составляет менее 0,7, то уровень обслуживания покупателей на данном предприятии считается низким.

В данном случае уровень обслуживания покупателей ТЦ «Донецк Сити» считается высоким.

Задача 9

Рассчитайте один из критериев конкурентоспособности торговых предприятий типа «супермаркет», используя следующие исходные данные по группам и подгруппам товаров:
базовое количество групп и подгрупп продовольственных товаров для исследуемых предприятий – 16;
фактическое количество групп и подгрупп продовольственных товаров для супермаркета «Амстор-сити» - 16;
фактическое количество групп и подгрупп продовольственных товаров для «Первый Республиканский супермаркет» - 12;
фактическое количество групп и подгрупп продовольственных товаров для супермаркета «Семерочка» - 10.

Решение

Одним из критериев конкурентоспособности предприятий продовольственной торговли является комплексность обслуживания покупателей, которая характеризуется широтой ассортимента. Рассчитаем этот показатель по исследуемым торговым предприятиям:

$$К_{Ш} = \frac{К_{ФАКТ.ГР}}{К_{БАЗ.ГР}}$$

где $К_{Ш}$ –коэффициент широты ассортимента;

$К_{ФАКТ.ГР}$ –коэффициент фактически представленных групп товаров;

$К_{БАЗ.ГР}$ –коэффициент базовых групп товаров

1) Определим коэффициент широты ассортимента супермаркета «Амстор-сити»

$$К_{Ш} = \frac{16}{16} = 1$$

2) Определим коэффициент широты ассортимента «Первый Республиканский супермаркет»

$$К_{Ш} = \frac{12}{16} = 0,75$$

3) Определим коэффициент широты ассортимента супермаркета «Семерочка»

$$К_{Ш} = \frac{10}{16} = 0,62$$

Выводы: проведя соответствующие расчеты, можно сделать вывод, что лидером по

данному показателю является супермаркет «Амстор-сити»

Задача 10

Секция «Бакалейные товары» «Первого Республиканского супермаркета» согласно ассортиментному перечню товаров включает в себя 440 наименований. В I квартале 2017 года было проведено 4 контрольных замера с целью определения устойчивости и полноты ассортимента. В результате чего были получены следующие результаты по ассортиментному перечню:

На 6.01.2017 г. – 470 наименований
На 1.02.2017 г. – 430 наименований
На 5.03.2017 г. – 460 наименований
На 31.03.2017 г. – 420 наименований

Рассчитать устойчивость ассортимента в I квартале 2017 г. и полноту ассортимента на 31.03.2017г.

Решение

1) Определим устойчивость ассортимента в I квартале 2017 г.

$$K_y = \frac{(P_{ф1} + P_{ф2} + ...P_{фn})}{P_{баз} * n} = \frac{(470 + 430 + 460 + 420)}{440 * 4} = \frac{1780}{1760} = 1{,}0$$

где $К_У$ – коэффициент устойчивости ассортимента;

$Р_{ф1}$, $Р_{ф2}$,...,$Р_{фп}$ - фактическое количество разновидностей (или видов) товаров на моменты первой, второй и дальнейших проверок;

$Р_{баз}$ - базовое количество разновидностей (видов) товаров;

n - количество проверок наличия товаров в продаже.

2) Определим полноту ассортимента на 31.03.2017г.

$$K_n = \frac{B_ф}{B_{баз}} = \frac{420}{440} = 0{,}95$$

где $К_П$ – коэффициент полноты ассортимента;

$В_ф$ - фактическое количество видов товаров, представленных в ассортименте предприятия;

$В_{баз}$ - количество базовых видов товаров.

2. Контрольная работа

Вариант 1

1. Организационные формы оптовых закупок, их характеристика.
2. Основные группы помещений магазина, их назначение и взаимосвязь.
3. Годовой объем закупки кондиционеров на 2017 г. составил 600 тыс.руб., сумма издержек обращения на организацию товародвижения одной партии товара составляет 1,5 тыс. руб., сумма издержек на хранение единицы запаса - 0,35 тыс.руб. в год. Рассчитайте оптимальный размер партии завоза и периодичность поступления кондиционеров в супермаркет электроники.

Вариант 2

1. Основные критерии и методика отбора потенциальных поставщиков.
2. Основные показатели, характеризующие количественный и качественный состав розничной торговой сети региона
3. Определить равномерность поступления соков за апрель 2017г. в супермаркете «Амстор-сити» от производителя ООО «Экспресс-Кубань» г. Краснодар, если по условию договора поставки соки в ассортименте должны поступать по декадам месяца равными партиями на сумму 60 тыс.руб. Фактическая поставка по декадам апреля 2017г. составляет: X_1 - 58,5 тыс.руб .; X_2 - 61 тыс.руб.; X_3 -

64,5 тыс.руб.

3. Примерный перечень тематики докладов, сообщений, рефератов

1.Анализ состояния рынка потребительских товаров в регионе (на примере отдельных групп продовольственных, непродовольственных товаров).
2. Организация и пути повышения эффективности розничной торговли продовольственными (непродовольственными) товарами в городе.
3.Организиция и пути повышения эффективности оптовых закупок.
4. Ассортиментная политика универсамов/супермаркетов/ торговых центров на современном этапе.
5. Маркетинговый анализ эффективности каналов распределения мебели / строительных товаров в городе.
6. Организация и эффективность розничной торговли товарами детского ассортимента (в городе или административном районе областного центра).
7. Анализ потребительских предпочтений покупателей и эффективность розничной торговли (на примере отдельных групп продовольственных и непродовольственных товаров) в торговом центре.
8. Изучение спроса и формирование товарного ассортимента в розничном торговом предприятии (на примере отдельных групп продовольственных и непродовольственных товаров).
9. Основные составляющие уровня культуры обслуживания и их влияние на эффективность торговой деятельности.
10. Оптимизация уровней товарных запасов на различных стадиях товародвижения.
11. Оперативное планирование оптовых закупок и формирование товарных запасов (на примере торговых сетей «Амстор-сити», «Обжора» и др.).
12. Услуги и сервис в торговом предприятии, пути развития и повышения эффективности.
13. Анализ основных технико-экономических показателей складских операций и их влияние на эффективность работы оптового предприятия.
14. Анализ факторов, влияющих на повышение эффективности использования розничной торговой сети.
15. Специализация розничной торговой сети и ее влияние на эффективность торговой деятельности.
16. Анализ эффективность выпуска собственной продукции в крупных предприятиях розничной и оптовой торговли (на примере супермаркета).
17.Социально-экономическая эффективность использования форм розничной продажи товаров.
18. Ассортиментная и ценовая политика торгового предприятия (на примере специализированного магазина непродовольственных товаров).
19. Анализ эффективности работы магазина формата «супермаркет».
20. Анализ состояния и перспективы развития фирменной торговли в городе.
21. Современные методы и формы розничной продажи товаров.
22. Сравнительный анализ ассортиментной и ценовой политики супермаркетов «Амстор-сити» и «Обжора».
23. Организация и пути совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.
24. Пути совершенствования планировки торгового зала и ее влияние на эффективность организации торгово-технологического процесса.
25. Основные условия и принципы размещения магазинов в городе.
26. Анализ эффективности форм товароснабжения розничной торговой сети.
27. Использование принципов мерчендайзинга при организации розничной торговли в супермаркете.
28. Виды и эффективность использования схем размещения торгового оборудования в

супермаркетах.

29. Сравнительный анализ ассортиментной и ценовой политики в торговых сетях «Обжора» и «Первый республиканский супермаркет».

30. Анализ основных источников поступления и оптимизация уровня товарных запасов в розничном торговом предприятии.

31. Сравнительный анализ эффективности использования различны форм обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях.

32. Организация и перспективы развития торгового обслуживания через сеть Интернет-магазинов.

33. Технология построения и размещения розничной торговой сети продовольственных магазинов в административном районе города.

34. Технология построения розничной торговой сети непродовольственных товаров в городе (по отдельным группам непродовольственных товаров).

35. Анализ состояния и перспективы развития складского хозяйства в городе.

36. Организация и эффективность складских операций в оптовой торговле.

37. Организация и эффективность процесса товародвижения (на примере отдельной группы товаров)

38. Роль и функции оптовых предприятий в организации распределения товаров (на примере оптового предприятия продовольственных или непродовольственных товаров).

39. Основные пути снижения затрат при осуществлении складских операциях.

40. Организация и пути совершенствования складского хозяйства (на примере отдельного оптового предприятия)

41. Организация и технология хранения товаров в оптовом предприятии.

42. Оптимизация ассортимента товаров для декора и обустройства жилища.

43. Разработка рекомендаций по организации торгово-развлекательного комплекса «Детский мир».

44. Оптимизация выбора типоразмера, специализации и места расположения торгового предприятия на территории города.

45. Разработка технологии формирования грузовых единиц на складах оптовой торговли бакалейными товарами.

4. Перечень вопросов для собеседования (устный или письменный опрос), Перечень типовых вопросов для промежуточной аттестации

1. Ассортиментная политика торгового предприятия ее оптимизация и эффективность использования.
2. Базисные условия поставок товаров.
3. Виды и состояние розничной торговой сети в Донецком регионе.
4. Классификация и основные типы предприятий розничной торговли.
5. Методика определения нормы товарного запаса для магазина.
6. Методика определения оптимального товарного запаса для склада.
7. Методика определения уровня культуры обслуживания покупателей.
8. Методика расчета основных (оперативных) помещений многоэтажных складов.
9. Методика расчета основных (оперативных) помещений одноэтажных складов.
10. Методика расчета площадей функциональных помещений встроенных магазинов.
11. Методика расчета площадей функциональных помещений встроено-пристроенных магазинов.
12. Методика расчета площадей функциональных помещений отдельностоящих магазинов.
13. Назначение и функции складов, их классификация.
14. Общие требования к проектированию и строительству торговых предприятий. Виды торговых зданий, их характеристика.
15. Определение периодичности и частоты завоза товаров в торговую сеть и их влияние на величину затрат в товародвижении.
16. Организационные формы оптовых закупок, их характеристика.

17. Организация и технология отпуска товаров со склада.
18. Организация приемки товаров по количеству и качеству.
19. Основные группы помещений магазина, их назначение и взаимосвязь.
20. Основные критерии и методика отбора потенциальных поставщиков.
21. Основные показатели, характеризующие количественный и качественный состав розничной торговой сети региона
22. Основные типы торговых центров.
23. Основные условия и принципы размещения магазинов в городах.
24. Основные условия формирования рыночных отношений.
25. Особенности устройства специальных складов.
26. Планирование оптовых закупок, порядок составления плана поступления товаров.
27. Подъемно-транспортное оборудование складов, назначение и оптимизация выбора.
28. Показатели учета и эффективности использования товарных запасов.
29. Порядок определения коэффициента ритмичности поставки.
30. Расчет фронта погрузочно-разгрузочных работ и определение параметров (длины и ширины) склада.
31. Ритмичность товароснабжения. Порядок определения коэффициента ритмичности поставки.
32. Роль и функции оптовой торговли в организации товародвижения.
33. Роль и функции торговли в сфере товарного обращения.
34. Современное состояние рынка потребительских товаров в Донецком регионе.
35. Содержание договоров на поставку товаров.
36. Содержание и виды тендеров в практике оптовых закупок.
37. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
38. Специализация магазинов, тенденции её развития в условиях рыночных отношений.
39. Технико-экономические показатели работы складов.
40. Технологическая планировка торгового зала. Показатели эффективности использования площади торгового зала.
41. Технологическое оборудование для хранения товаров.
42. Типизация магазинов и ее использование в практике рационального построения торговой сети.
43. Товарные запасы торгового предприятия, их назначение, классификация и оптимизация.
44. Торгово-технологическое оборудование магазинов.
45. Требования и основные стадии планирования процесса товароснабжения.
46. Услуги, оказываемые покупателям в торговых предприятиях.
47. Факторы, влияющие на эффективность использования розничной торговой сети.
48. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть.
49. Характеристика форм розничной продажи товаров. Социально-экономическая значимость самообслуживания в торговле.
50. Хозяйственные связи торговли с поставщиками по закупке товаров.

5. Тесты

1. Какие из перечисленных условий платежа являются наиболее приемлемыми для поставщика

а) оплата после полной реализации
б) оплата с отсрочкой платежа
в) предварительная оплата
г) оплата по факту поступления

2. Какой из видов договоров используется при закупке сельскохозяйственной продукции

а) договор поставки
б) договор купли-продажи
в) договор контрактации
г) по письменному указанию руководителя производственного предприятия

3. В соответствии с какими документами должна осуществляться поставка непродовольственных товаров

а) в соответствии с договором поставки товаров

б) по договору контрактации

в) по письменному указанию руководителя производственного предприятия на основе договоренности с руководителем торгового предприятия

г) по договору купли-продажи

4. из-за отсутствия которых из перечисленных условий договор поставки считается незаключенным

а) срок поставки товаров, их цена

б) не указан вид транспорта, которым будет доставляться товар

в) порядок и сроки возвращения тары

г) срок приема товаров по количеству

5. при каких условиях допускается односторонний отказ от выполнения договора поставки

а) при снабжении товара в таре, которая имеет отклонение от стандартов, но обеспечивает сохранение товара

б) при условиях доставки товаров другим, чем предусмотрен договором, транспортом

в) при систематическом нарушении партнером условий договора

г) при снабжении товаров без маркировки

6. Какие из перечисленных показателей используются при расчете оптимальной партии завоза товаров сложного ассортимента

а) транспортные расходы, однодневный товарооборот, расходы по приему и размещению партии товара;

б) торговая площадь, однодневный товарооборот, расходы по приему и размещению партии товара;

в) годовой объем закупки товаров данного ассортимента, сумма издержек по хранению единицы запаса, сумма издержек обращения по доставке одной партии товара

г) однодневный товарооборот, торговая площадь, расходы по приему и размещению партии товара.

7. В общей структуре совокупных затрат на организацию товародвижения назовите две основные составляющие

а) поддержание уровня запасов товаров, упаковка;

б) погрузочно-разгрузочные работы, административные расходы;

в) поддержание уровня запасов товаров, погрузочно-разгрузочные работы;

г) транспортные расходы, затраты на складирование и хранение.

8. Как может влиять фактор размещения промышленного производства на звенность товародвижения? При его отдалении от оптового покупателя звенность:

а) уменьшится;

б) увеличится;

в) этот фактор не влияет;

г) останется неизменной.

9.Какая основная цель проведения оптовых ярмарок:

а) установление и документальное оформление хозяйственных связей относительно оптовой закупки-продажи товаров;

б) более глубокое изучение потребительского спроса на товары;

в) демонстрация новых товаров;

г) установление хозяйственных связей между государственными предприятиями.

10. Оптимальный период завоза товаров рассчитывается по формуле:

а) $П_{ОПТ}=(ТЗ_{мах}-ТЗ_{опт})$;

б) $П_{ОПТ}=(2*ТЗ_{мах}-ТЗ_{опт})$;

в) $П_{ОПТ}=(ТЗ_{мах}-2*ТЗ_{опт})$;

г) $П_{ОПТ}$=2*($ТЗ_{мах}$-$ТЗ_{опт}$).
где $ТЗ_{мах}$- максимальный запас, который вмещают помещения магазина (дн.);
$ТЗ_{опт}$- размер товарного запаса, который рекомендуется по данной группе товаров (дн.).

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Собеседование (устный или письменный опрос) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Опрос как важнейшее средство развития мышления и речи обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Подготовка **доклада, сообщения** предполагает выбор темы сообщения в соответствии с планом практических занятий. Также в качестве доклада может выступать изложение содержания одной из монографий или научных статей по теме практического занятия. Выбор осуществляется с опорой на список литературы, предлагаемый по данной теме.

При подготовке доклада необходимо вдумчиво прочитать работы, после прочтения следует продумать содержание и кратко его записать. Дословно следует выписывать лишь строгие определения, можно включать в запись примеры для иллюстрации. Проблемные вопросы следует вынести на групповое обсуждение в процессе выступления.

Желательно, чтобы в докладе присутствовал не только пересказ основных идей и фактов, но и имело место выражение обучающимся собственного отношения к излагаемому материалу, подкрепленного определенными аргументами (личным опытом, мнением других исследователей).

Критериями оценки устного доклада являются: полнота представленной информации, логичность выступления, наличие необходимых разъяснений и использование иллюстративного материала по ходу выступления, привлечение материалов современных научных публикаций, умение ответить на вопросы слушателей, соответствие доклада заранее оговоренному временному регламенту.

Реферат – краткая запись идей, содержащихся в одном или нескольких источниках, которая требует умения сопоставлять и анализировать различные точки зрения. Реферат – одна из форм интерпретации исходного текста или нескольких источников. Поэтому реферат, в отличие от конспекта, является новым, авторским текстом. Новизна в данном случае подразумевает новое изложение, систематизацию материала, особую авторскую позицию при сопоставлении различных точек зрения.

Реферирование предполагает изложение какого-либо вопроса на основе классификации, обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких источников.
Реферат должен соответствовать следующим требованиям:
1. укладываться в рекомендованный объем;
2. соответствовать требованиям к оформлению и формату текста;
3. содержание реферата должно демонстрировать, что студент обладает знаниями по теме или первоисточнику, владеет категориальным аппаратом, способен творчески выделять, анализировать, обобщать наиболее существенные связи и признаки, а так же выбирать конкретные примеры, на которых они могут быть продемонстрированы;
4. тема должна быть полностью раскрыта;
5. текст должен соответствовать нормам научного и литературного языка;
6. текст должен быть логичен, последователен, доказателен, освещать личную позицию студента.

Специфика реферата (по сравнению с курсовой работой):

- не содержит развернутых доказательств, сравнений, рассуждений, оценок,
- дает ответ на вопрос, что нового, существенного содержится в тексте.Структура реферата:

1) титульный лист;

2) план работы с указанием страниц каждого вопроса, подвопроса (пункта);

3) введение;

4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты,подпункты) с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;

5) заключение;

6) список использованной литературы;

7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем(необязательная часть реферата).

Приложения располагаются последовательно, согласно заголовкам, отражающим их содержание.

Реферат оценивается научным руководителем исходя из установленных кафедрой показателей и критериев оценки реферата. Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

Для оценки знаний обучающихся используют **тесты** в закрытой форме, когда испытуемому предлагается выбрать правильный ответ из нескольких возможных. Каждый тест содержит 4 варианта ответа, среди которых только один правильный. Результат зависит от общего количества правильных ответов, записанных в бланк ответов.

Письменная проверка знаний в виде решения **задач** осуществляется в аудиторной форме. Во время проверки и оценки задач проводится анализ результатов выполнения, выявляются типичные ошибки, а также причины их появления. Анализ задач проводится оперативно. При проверке задач преподаватель исправляет каждую допущенную ошибку и определяет полноту ответа, учитывая при этом четкость и последовательность изложения мыслей, наличие и достаточность пояснений, знания терминологии в предметной области.

Контрольная работа выполняется в аудиторной форме по итогам изучения смысловых модулей. Аудиторная контрольная работа предполагает ответ в письменном виде на два контрольных вопроса по теме смыслового модуля и решение задачи. Время выполнения ограничивается 45 минутами. Критериями оценки такой работы становятся: соответствие содержания ответа вопросу, понимание базовых категорий темы, использование в ответе этих категорий, ссылки нормативно-правовые акты, грамотность, последовательность изложения.