Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 16.11.2026 19:38:01
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce592f7224a078a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

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
_____ И.М. Рвачева
(подпись)
«17» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине
Б.1.В.35 «Инфраструктура товарного рынка»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Профиль: Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность

Разработчик:
доцент (должность) (подпись) И.В. Сошенко (ФИО)

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

Донецк - 2026 г.

1. Паспорт
оценочных материалов по дисциплине «Инфраструктура товарного рынка»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины:

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Этапы формирования (семестр изучения)
1	3	4	
1	ПК-1. Способен анализировать закономерности и тенденции товарного рынка, формирование потребностей и спроса населения на товары	Тема 1. Инфраструктура товарного рынка: сущность, специфика, основные понятия. Тема 2. Торговые предприятия и организации. Тема 3. Коммерческо-посреднические организации. Тема 4. Организации по оказанию услуг. Тема 5. Информационные и финансовые организации. Тема 6. Контролирующие организации Тема 7. Юридические организации. Тема 8. Организации транспортной системы и системы связи. Тема 9. Складское хозяйство как элемент инфраструктуры товарного рынка.	8

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	2	3	4	5
1	ПК-1. Способен анализировать закономерности и тенденции товарного	ИДК-1$_{ПК-1}$ Знает общие и специфические закономерности формирования потребностей и спроса	Тема 1. Инфраструктура товарного рынка: сущность, специфика, основные понятия.	опрос, доклад

	рынка, формирование потребностей и спроса населения на товары	ИДК-2$_{ПК-1}$ Применяет методы и методики анализа коммерческой деятельности, определения конъюнктуры товарного рынка, потребностей и спроса населения в продовольственных товарах	Тема 2. Торговые предприятия и организации.	опрос, доклад
			Тема 3. Коммерческо-посреднические организации.	опрос, доклад, тесты, контрольная работа
			Тема 4. Организации по оказанию услуг.	опрос, доклад
			Тема 5. Информационные и финансовые организации.	опрос, доклад
			Тема 6. Контролирующие организации	опрос, доклад, тесты, контрольная работа
			Тема 7. Юридические организации.	опрос, доклад
			Тема 8. Организации транспортной системы и системы связи.	опрос, доклад
			Тема 9. Складское хозяйство как элемент инфраструктуры товарного рынка.	опрос, доклад, тесты, контрольная работа

Таблица 2.2 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Опрос»

Шкала оценивания	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.)

Таблица 2.3 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Доклад»

Шкала оценивания	Критерии оценивания

1	2
3	доклад представлен на высоком уровне (обучающийся полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
2	доклад представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1	доклад представлен на низком уровне (обучающийся 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 (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.)

Таблица 2.4 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-9	ответы на тестовые задания показали высокий уровень знаний (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов/задач)
5-7	ответы на тестовые задания показали средний уровень знаний (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов/задач)
1-4	ответы на тестовые задания показали низкий уровень знаний (правильные ответы даны на 60-74 % вопросов/задач)
0	ответы на тестовые задания показали неудовлетворительный уровень знаний (правильные ответы даны менее чем 60 %)

Таблица 2.5 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Задачи»

Шкала оценивания	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

Таблица 2.6 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-9	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 %)

3. Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала
1	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 дисциплины
2	Доклад	продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	темы докладов
3	Тесты	система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	фонд тестовых заданий
4	Задачи	средство проверки, позволяющее оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	комплект задач
5	Контрольная работа	средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или учебной дисциплине.	комплект контрольных заданий по вариантам

Перечень вопросов для опроса/подготовки обучающихся к зачету:

1. Роль рекламного агентства в развитии товарного рынка.
2. Роль центров маркетинговых исследований в развитии предпринимательской деятельности.
3. История развития биржевой торговли
4. Ярмарочная торговля: история и перспективы развития.
5. Организация аукционной торговли.
6. История и современный уровень развития торговых домов.

7.Сравнительная характеристика агентских, брокерских и дилерских фирм.

8. Бартерные центры: функции и назначение.

9.Сравнительная характеристика фирм по прокату машин и оборудования и лизинговых компаний.

10. История развития биржевого обращения ценных бумаг.

11. Организация и обеспечение оборота ценных бумаг на внебиржевом рынке,

12. Инфраструктура государственного рынка.

13. Роль торгово-промышленных палат в развитии товарного рынка.

14. Роль конкуренции в развитии сферы обслуживания населения.

15. Качественные преобразования сферы общественного питания в современных условиях.

16. Роль инфраструктурного комплекса в повышении эффективности внешнеторговой деятельности.

17. Автодорожный комплекс. Проблемы функционирования и его влияние на экономику страны.

18. Роль железнодорожного транспорта в развитии экономики. Сравнительная характеристика двух транспортных узлов

19. Проблемы развития транспортно-дорожного комплекса на современном этапе и перспективы развития.

20.Финансовая система как элемент инфраструктуры финансового рынка.

21. Проблемы формирования и использования бюджетов разных уровней.

22. Виды и назначение внебюджетных фондов.

23. Роль и место специализированных регистраторов на рынке ценных бумаг.

24. Правовая защита интересов участников рынка ценных бумаг.

25.Роль банковской системы в развитии экономики страны.

26. Деятельность финансово-кредитных учреждений небанковского типа на кредитном рынке.

27. Потребительский кредит и организации, его предоставляющие.

28. Рынок пластиковых услуг.

29. Международные валютно-финансовые и кредитные организации.

30. Страхование как вид предпринимательской деятельности.

31.Виды рисков и их страхование.

32. Транснациональные страховые компаний.

33. Новые виды страхования в России: социально-экономический аспект.

34.Организованный и «уличный» валютный рынок.

35. Система рейтингов финансового рынка и индексы деловой активности.

36. Рейтинги банковской страховой) системы.

37. Специализированные рейтинговые компании.

38. Исторический аспект российских бирж труда.

39. Миграционные службы России: назначение и функции.

40. Реклама как средство информации.

41. Роль информации в предпринимательской деятельности и обеспечении жизнедеятельности населения.

42. Проблемы и перспективы развития связи и телекоммуникационных сетей.

43. Роль средств массовой информации развитии товарного рынка.

44. Роль средств массовой информации в жизни общества.

45.Товар и рыночная инфраструктура.

46.Предмет, цели, задачи дисциплины «Инфраструктура товарного рынка».

47. Типы и виды рынков. Организационные формы рынков потребительских товаров.

48. Структура торгово-посреднического комплекса.

49.Коммерческо-посреднические организации - как элемент инфраструктуры товарного рынка.

50. Организации по оказанию услуг - как элемент инфраструктуры товарного рынка.
51.Информационные организации - как элемент инфраструктуры товарного рынка.
52.Финансовые организации как элемент инфраструктуры товарного рынка.
53.Контролирующие организации - как элемент инфраструктуры товарного рынка.
54. Юридические организации как элемент торговой инфраструктуры товарного рынка.
55. Складское хозяйство - как элемент торговой инфраструктуры товарного рынка.

Тестовые задания:

1. Основной объект коммерческо-хозяйственных взаимоотношений между субъектами рынка:
а) договор поставки;
б) мобильная связь;
в) товар;
г) складское хозяйство.
2. Сфера обращения является:
а) товарным рынком;
б) местом встречи изготовителя с покупателем;
в) цехом по ремонту тары, поддонов;
г) складом комплектующих изделий.
3. Признаки товарного рынка:
а) массовый характер взаимоотношений коммерческих партнеров;
б) энергетическое обеспечение производства;
в) наличие товаров на всех уровнях товаропродвижения;
г) рациональная эксплуатация машин и механизмов.
4. Товаром является:
а) минеральная вода, наполненная в сосуд из естественного источника;
б) рыбное блюдо, изготовленное и употребляемое самим рыболовом;
в) бутылка с минеральной водой;
г) стихотворение, опубликованное в поэтическом сборнике.
5. Товар предназначен для потребления:
а) производственного;
б) заочного;
в) духовного;
г) еженедельного;
6. Достоинствами товарного рынка являются:
а) препятствия монополизации на рынке;
б) рационализация деятельности властных структур;
в) освобождение экономики от товарного дефицита;
г) снижение производственных затрат.
7. Основные законы рыночной экономики:
а) совместимости;
б) стоимости;
в) спроса и предложения;
г) этики.
8. Термин «инфраструктура» означает:
а) фундамент;
б) основание и строение;
в) сочетание твердости и упругости;
г) распределение задач и функций.
9. Элементы инфраструктуры товарного рынка:

а) организации по оказанию услуг;
б) органы внутренних дел;
в) информационные организации;
г) службы материально-технического снабжения.
10. Инфраструктура товарного рынка в стране в настоящее время сформирована полностью:
а) да;
б) нет.

1. Предпринимательская деятельность развивается в условиях в условиях:

а) административно-командной системы;
б) рыночного хозяйства;
в) жесткого государственного регулирования коммерческо-хозяйственных связей;
г) соперничества в сферах производства и обращения.
2. Товар – это:
а) предмет труда, предназначенный для индивидуального потребления;
б) вещь, обеспечивающая комфортные условия сосуществования;
в) предмет, обладающий полезностью и предназначенный для продажи;
г) продукт собственного производства, предназначенный для потребления в своем домашнем хозяйстве.
3. Основные объекты деловых отношений между субъектами рынка:
а) производители;
б) услуги;
в) средства массовой информации;
г) товары.
4. Основные предназначения товара:
а) хранение;
б) потребление;
в) выставочное обозрение;
г) эксплуатация.
5. товарный рынок означает:
а) рациональное налогообложение субъектов рынка;
б) система продвижения товара от изготовителей до потребителей;
в) государственные контрольные дирекции на рынке;
г) соотношение государственного и частного капитала.
6. Инфраструктуру товарного рынка – это:
а) материально-техническое обеспечение производства;
б) предприятия, организации функционирующие в сфере обращения;
в) научно-производственные объединения на рынке;
г) четкое взаимодействие цехов и участков предприятия.
7. Элементы инфраструктуры товарного рынка:
а) финансовые организации;
б) коммерческо-посреднические организации;
в) строительные организации;
г) предприятия АПК.
8. Функции инфраструктуры товарного рынка:
а) изучение конъюнктуры рынка, товаров, конкурентов, потребителей;
б) расчет потребности в материально-технических средствах;
в) обеспечение рабочих мест комплектующими изделиями;
г) собственно торговая деятельность.
9. Инфраструктура товарного рынка обеспечивает:
а) соперничество между отраслями производства;
б) взаимодействие между спросом и предложением;

г) государственное регулирование экономикой.
10. По форме собственности элементы инфраструктуры товарного рынка могут быть:
а) межотраслевые;
б) групповые;
в) федеральные;
г) частные.

1. Развитию отечественного товарного рынка содействуют:

а) свобода выбора торгового партнера;
б) оптимальное расположение строительных объектов;
в) рациональное функционирование инфраструктуры товарного рынка;
г) рост производственных мощностей предприятий.
2. В состав организованного товарного рынка входят:
а) страховые компании;
б) предприятия розничной торговли;
в) дистрибьюторские фирмы;
г) аукционы.
3. Функции предприятия оптовой торговли:
а) реализационные;
б) координационные;
в) торгово-посреднические;
г) учетно-статистические.
4. Современный оптовый продовольственный рынок располагает:
а) нотариальной конторой;
б) лабораторией качества товарной продукции;
в) отделом налоговой инспекции;
г) гостиницей или общежитием.
5. Функции товарной биржи:
а) совершение сделок в отсутствие самого товара;
б) обезличивание торговых сделок и заменяемость контрактов по ним;
в) проведение конкурсов покупателей;
г) организация аукционных торгов.
6. Торговый дом это:
а) организация по кредитованию и субсидированию;
б) многоотраслевое коммерческое предприятие;
в) учреждение по подготовке торговых работников;
г) предприятие, осуществляющее действия по экспорту и импорту.
7. В консигнационной торговле участвуют:
а) консигнант;
б) коммивояжер;
в) консигнатор;
г) агент.
8. Аукционный способ торговли применяется:
а) когда необходимо срочно реализовать товар;
б) при сбыте ненужного неконкурентоспособного товара;
в) если продавец желает заявить о себе в предпринимательском мире;
г) в случае коммерческого использования уникальности товара;
9. Ярмарки функционируют в целях:
а) роста производительности труда;
б) формирования производителями производственной программы;
в) улучшения дисциплины поставок;
г) демонополизации в сфере производства и обращения.
10. Участники аукционных торгов:

а) аукционист;
б) консигнатор;
в) аукциомен;
г) аукционер.
Тесты для контроля
1. Услуги, оказываемые предприятиями оптовой торговли:
а) информационно-консультационные;
б) учетно-статистические;
в) технологические;
г) дизайновые.
2. Функции предприятий розничной торговли:
а) формирование рационального товарного ассортимента;
б) определение спроса и предложения на конкретные виды товаров;
в) содействие кооперированию предприятий и загрузка их свободных мощностей;
г) кредитование товаропроизводителей и потребителей.
3. Предприятия розничной торговли бывают:
а) штучно-партионные;
б) посылочные;
в) выходного дня;
г) передвижные.
4. В структуру биржи входят:
а) регистрационный комитет;
б) курсы по подготовке брокеров;
в) котировальная комиссия;
г) аудиторская организация.
5. Функции торговых домов:
а) приемка и хранение залежавшихся товаров;
б) реализация товаров на условиях кредита;
в) анализ мировой и российской рыночной конъюнктуры;
г) выявление, организация производства и сбыта конкурентоспособных товаров.
6. К предприятиям комиссионной торговли относятся:
а) комиссионный магазин;
б) пункт по сбору макулатуры;
в) пункт по скупке драгоценностей;
г) прокатная организация.
7. В консигнационной торговле непроданная товарная продукция может быть:
а) продленной;
б) частично возвратной;
в) переадресованной;
г) возвратной.
8. Ярмарки дают возможность:
а) сосредоточивать товар, подлежащий для продажи за рубежом;
б) широкому кругу субъектов рынка вступать в непосредственные коммерческие контакты;
в) принимать решения о выпуске продукции необходимой потенциальным потребителям;
г) повышать производительность труда в сфере производства и обращения.
9. Задачи оптовых и мелкооптовых магазинов:
а) содержание подготовительного цеха по производству пищевого льда, разделке и обработке мяса, рыбы и др.;
б) организация работы информационно-рекламного и консультационного центра;
в) определение спроса на товары в объемах средних и мелких оптовых партий;
г) демонстрационное выставление товаров или их образцов в торгово-выставочном зале.
10. Виды аукционов:

а) с придерживаемой ценой;
б) с понижением цены;
в) с повышением цены;
г) с анонимной ценой.
1. Развитию отечественного рынка содействуют
а). Свобода выбора торгового партнёра;
б). Оптимальное расположение строительных объектов;
в). Рациональное функционирование инфраструктуры товарного рынка;
г). Рост производственных мощностей предприятий.
2. В состав организованного товарного рынка входят:
а). Страховые компании;
б). Предприятия розничной торговли;
в). Дистрибьюторские фирмы;
г). Аукционы;
3. Функции предприятий оптовой торговли:
а). Реализационные
б). Координационные
в). Торгово-посреднические
г). Учётно-статистические
4. Современный оптовый продовольственный рынок располагает:
а). Нотариальной конторой
б). Лабораторией качества товарной продукции
в). Отделом налоговой инспекции
г). Гостиницей или общежитием
5. Функции товарной биржи:
а). Совершение сделок в отсутствие самого товара
б). Обезличивание торговых сделок и заменяемость контрактов по ним
в). Проведение конкурсов покупателей
г). Организация аукционных торгов
6. Торговый дом – это
а). Организация по кредитованию субсидированию
б). Многоотраслевое коммерческое предприятие
в). Учреждение по подготовке торговых работников
г). Предприятие, осуществляющее действия по экспорту и импорту
7. В консигнационной торговле участвуют:
а). Консигнант
б). Коммивояжёр
в). Консигнатор
г). Агент
8. Аукционный способ торговли применяется:
а). Когда необходимо срочно реализовать товар
б). При сбыте ненужного неконкурентоспособного товара
в). Если продавец желает заявить о себе в предпринимательском мире
г). В случае коммерческого использования уникальности товара
9. Ярмарки функционируют в целях:
а). Роста производительности труда
б). Формирования изготовителями производственной программы
в). Улучшения дисциплины поставок
г). Демонополизации в сфере производства и обращения
10. Участники аукционных торгов:
а). Аукционист
б). Консигнатор

в). Аукциомен
г). аукционер

Тесты для контроля.

1. Услуги, оказываемее предприятиями оптовой торговли:

а). Информационно-консультационные
б). Учётно-статистические
в). Технологические
г). Дизайнерские

2. Функции предприятий розничной торговли:

а). Формирование рационального товарного ассортимента
б). Определение спроса и предложения на конкретные виды товаров
в). Содействие кооперированию предприятий и загрузка их свободных мощностей
г). Кредитование товаропроизводителей и потребителей

3. Предприятия розничной торговли бывают:

а). Штучно-партионные
б). Посылочные
в). Выходного дня
г). передвижные

4. В структуру биржи входят:

а). Регистрационный комитет
б). Курсы по подготовке брокеров
в). Котировальная комиссия
г). Аудиторская организация

5. Функции торговых домов:

а). Приемка и хранение залежавшихся товаров
б). Реализация товаров на условиях кредита
в). Анализ мировой и российской рыночной конъюнктуры
г). Выявление, организация производства и сбыта конкурентоспособных товаров

6. К предприятиям комиссионной торговли относятся:

а). Комиссионный магазин
б). Пункт по сбору макулатуры
в). Пункт по скупке драгоценностей
г). Прокатная организация

7. В консигнационной торговле непроданная товарная продукция может быть:

а). Продлённой
б). Частично возвратной
в). Переадресованной
г). Возвратной

8. Ярмарки дают возможность:

а). Сосредоточивать товар, подлежащий для продажи за рубежом
б). Широкому кругу субъектов рынка вступать в непосредственные коммерческие контакты
в). Принимать решения о выпуске продукции, необходимой потенциальным потребителям
г). Повышать производительность труда в сфере производства и обращения

9. Задачи оптовых и мелкооптовых магазинов:

а). Содержание подготовительного цеха по производству пищевого льда, разделке и обработке мяса, рыбы и др.
б). Организация работы информационно-рекламного и консультационного центра
в). Определение спроса на товары в объёмах средних и мелких оптовых партий
г). Демонстрационное выставление товаров или их образцов в торгово- выставочном зале

10). Виды аукционов:

а). С придерживаемой ценой

б). С понижением цены
в). С повышением цены
г). С анонимной ценой

1. На российском товарном рынке функционируют:

а). изготовители
б). фьючерсные поставщики
в). эксклюзивные поставщики
г). посреднические поставщики

2. Коммерческо-посреднические организации товарного рынка:

а). аукционы
б). дилерские фирмы
в). мелкооптовые магазины
г). брокерские организации

3. Агентские соглашения регулируют отношения между:

а). агентами
б). принципалом и агентом
в). третьим лицом и агентом
г). третьими лицами

4. Дилер становится собственником товара:

а). временно
б). никогда
в). комплектного
г). престижного

5. Методы распространения товаров дистрибьюторами

а). тактический
б). сетевой маркетинг
в). прямая продажа
г). линейное программирование

6. На товарном рынке функционируют тип дистрибьютора

а). многопрофильный
б). нерегулярный
в). последовательный
г). эксклюзивный

7. Бартерная контора функционирует в целях

а). сохранения денежного капитала
б). трехстороннего обмена
в). снижения рисков у товаропроизводителей
г). снижение издержек обращения

8. Прибыль дилерской фирмы обеспечивает

а). поднятие цены на товар
б). снижение наличия товаров на складе
в). рациональные транспортные маршруты
г). разница между ценой на приобретенный товар и ценой ее реализации

9. Типы агентов на товарном рынке

а). финансовые
б). конкурентов
в). комиссионеры
г). производителей

10. Различают виды торгово-промышленных палат

а). межнациональная
б). национальная
в). латентно - экспертизная

г). заграничная

Тесты для контроля

1. Посредники принимают на себя

а). стабилизацию ценообразования
б). финансовые риски
в). заботу по товарному сбыту
г). страховые обязательства

2. Сделки через посредников имеют преимущества

а). расширение коммерческо-хозяйственных связей
б). сокращение документооборота
в). рост объемов транспортных перевозок
г). снижение складских расходов в целом на товарном рынке

3. Обязанности агентской фирмы

а). возможность извлечения дополнительной прибыли
б). информирование принципала
в). приобретение товара принципала без его ведом и разрешения
г). отчетность перед принципалом по соответствующей форме

4. Агентские фирмы подразделяются на

а). генеральные
б). стратегические
в). специальные
г). корпоративные

5. Дилерская фирма стремиться реализовать товар

а). поэтапно
б). быстро
в). выжидая повышения цен на товарном рынке
г). медленно, сообразуясь с рыночной ситуацией

6. Дистрибьюторская фирма ведет работу согласно

а). длительного договорного соглашения с изготовителем товара
б). требованиям рынка в определенный период
в). рекомендациям административных структур
г). развитию коммерческо-хозяйственных связей на товарном рынке

7. Услуги, оказываемые дистрибьюторскими фирмами

а). ценообразование
б). заблаговременной извещение субъектов товарного рынка о новых товаров
в). подготовка продукции к производственному потреблению
г). улучшение дизайна товарного изделия

8. На товаром рынке брокер

а). сделки заключает за свой счет
б). действует на основе отдельных поручений клиента
в). имеет серьезные полномочия самостоятельно вести торговые сделки
г). получает вознаграждение за виды и объемы и реализации товарной продукции

9. В круг забот брокерской фирмы входит

а). материальные запасы
б). вопросы финансирования
в). коммерческие риски
г). выполнение поручений строго в пределах своих полномочий

10. Функции торгово-промышленной палаты

а). проведение конкурсов предпринимателей
б). аудит деятельности крупных предпринимательских структур
в). содействие всем видам предпринимательства

г). проведение по поручению предпринимателей сертификации. Экспертизы качества и комплектности товарной продукции

1. Социально-экономическая полезность делает услугу

а). доступной узкому кругу субъектов рынка;
б). предметом торговли;
в). средством этикета;
г). комплексом экономического и правового воздействия на предпринимателей.

2. Услуга – это

а). Выгоды;
б). продукция культурной и спортивной жизни;
в). предметы бытового использования;
г). мероприятия.

3. Организация по оказанию услуг

а). консигнационная фирма;
б). конообъединение;
в). лизинговая фирма;
г). кофе-бар.

4. Является ли услугой комиссионная торговля

а). да
б). нет

5. Прокат бывает

а). косвенный;
б). посреднический;
в). прямой;
г). распределительный.

6. Участник посреднического проката

а). владелец механизма;
б). мастерская по ремонту приборов, инструментов;
в). консигнатор;
г). коммивояжер.

7. Юридическое закрепление лизинговой операции входит в этап сделки

а). первый;
б). четвертый;
в). второй;
г). третий.

8. Предпосылки для развития инжиниринга в стране

а). кадровый потенциал;
б). широкий ассортимент полезных ископаемых;
в). научно-технический потенциал;
г). транспортный потенциал.

9. Консультационные фирмы

а). стационарные;
б). специализированные;
в). корпоративные;
г). универсальные.

10. Виды консультирования

а). процессное;
б). экспертное;
в). коллегиальное;
г). разовое.

Тесты для контроля

1. Услуги существенно влияют на

а). общественно-политическую обстановку;
б). ресурсосбережение;
в). избирательную компанию;
г). взаимоотношения субъектов товарного рынка.

2. Каждая услуга представляет собой

а). средство разрешения предпринимательских конфликтов;
б). товар производственного назначения;
в). объект купли-продажи;
г). производственно-технические отношения.

3. Предметом проката служат

а). запасные части;
б). приборы;
в). полуфабрикаты;
г). оборудование, требующее сложного монтажа.

4. Лизинг – это

а). приобретение имущества на три месяца;
б). форма вложения средств в основные фонды без их единовременной мобилизации;
в). приобретение оборудования на выгодных кредитных условиях;
г). обмен соответствующими видами имущества с другими субъектами рынка.

5. Причины участия субъекта рынка в лизинге

а). сложное финансовое положение;
б). возможность расширения коммерческо-хозяйственных связей;
в). оперативное занятие «ниши» на товарном рынке;
г). отсутствие возможности единовременной замены морально устаревшего оборудования

6. Объекты лизинга

а). зерно из элеваторных запасов;
б). заводские, фабричные цеха;
в). электродвигатель;
г). краска для дизайнового решения офиса.

7. Виды инжиниринговых фирм

а). инженерно-дорожные;
б). нефтеперерабатывающие;
в). инженерно-исследовательские;
г). инженерно-строительные.

8. Инжиниринговые услуги

а). социальные;
б). допроектные;
в). послепродажные;
г). проектные.

9. Клиент обращается в консалтинг с просьбой

а). создать совершенно новую ситуацию;
б). выдать образец товара на пробу;
в). исправить ситуацию;
г). отремонтировать неисправность в компьютере.

10. определите последовательность этапов консультирования

а). планирование проекта;
б). диагностика;
в). осуществление;
г). подготовка.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Устный 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 **устного доклада** предполагает выбор темы сообщения в соответствии с планом семинарских занятий. Также в качестве доклада может выступать изложение содержания одной из монографий или научных статей по теме семинара. 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.

Для оценки знаний обучающихся используют тестовые задания в закрытой форме, когда испытуемому предлагается выбрать правильный ответ из нескольких возможных. Каждый тест содержит 3 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. Решение задач оценивается по двухбалльной шкале

Контрольная работа по учебной дисциплине «Инфраструктура товарного рынка» 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. Контрольная работа оценивается по девятибалльной шкале.

Контрольная работа по учебной дисциплине «Инфраструктура товарного рынка» 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. Контрольная работа оценивается по девятибалльной шкале.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	**Всего**
- дискуссия, собеседование (темы 1-9) - реферат, доклад, эссе (темы) - тестирование (темы 1-9) - посещение лекций и практических занятий - отчет по СРС	10 20 1 41	10 20 20 9 41
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100/60*
Итого за семестр	*100*	

*в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл									**Сумма, балл**
Смысловой модуль №1		**Смысловой модуль №2**			**Смысловой модуль №3**				
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	100
12	12	12	12	12	12	12	12	4	

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 - номера тем соответствующих смысловых модулей