

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 04.03.2025 09:54:32

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8b1ce59217224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-
БАРАНОВСКОГО»**

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по дисциплине

**Б1.В.20 Социальная эффективность в торговом бизнесе
(на английском языке)**

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Коммерция

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Москва – Донецк – 2024 г.

Составитель:

к.э.н., доцент

кафедры маркетинга и торгового дела



Кривонос А.А.

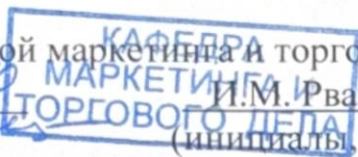
Оценочные средства одобрены на заседании кафедры маркетинга и торгового дела

Протокол №15 от «20» февраля 2024 г.

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

 И.М. Рвачева

(подпись)



(инициалы, фамилия)

**1. Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине по дисциплине**

Социальная эффективность в торговом бизнесе (на английском языке)

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-1. Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (научно-исследовательских, организационно-управленческих; расчетно-экономических; аналитических)	Тема 1. Сущность и составляющие социальной эффективности торговли.	4
		Тема 2. Социальная эффективность и финансовые результаты субъекта торговли.	4
		Тема 3. Социальная эффективность и социальная ответственность торговли.	4
2	ПК-4. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде)	Тема 4. Оценка социальной эффективности торговли	4
		Тема 5. Возможности и направления повышения социальной эффективности торговли.	4

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 2.1 – Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Наименование оценочного материала
1	2	3	4	5
1	ПК-1. Способен участвовать в реализации проектов в профессиональной деятельности (научно-исследовательских, организационно-	ПК-1.2. умеет формулировать цели и задачи проекта, выбирать и обосновать адекватные методы проектирования, осуществлять разработку проекта и представлять его результаты	Тема 1. Сущность и составляющие социальной эффективности торговли.	тестирование
			Тема 2. Социальная эффективность и финансовые результаты субъекта торговли.	Опрос, Групповая дискуссия

управленческих; расчетно- экономических; аналитических)		Тема 3. Социальная эффективность и социальная ответственность торговли.	Опрос, Групповая дискуссия
ПК-4. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде)	ПК-4.4. Знает современные технологии организации и управления торговым бизнесом	Тема 4. Оценка социальной эффективности торговли	Опрос, Групповая дискуссия
		Тема 5. Возможности и направления повышения социальной эффективности торговли.	Опрос, Групповая дискуссия

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Устный опрос»

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерии оценивания
3	Ответ содержательный, уверенный и четкий; показано свободное владение материалом различной степени сложности; при ответе на дополнительные вопросы выявляется владение материалом; допускаются один-два недочета, которые студент сам исправляет по замечанию преподавателя
2	Твердо усвоен основной материал; ответы удовлетворяют требованиям, установленным для оценки «отлично», но при этом допускаются две негрубые ошибки; делаются несущественные пропуски при изложении фактического материала; при ответе на дополнительные вопросы демонстрируется понимание требуемого материала с несущественными ошибками
1	Обучаемый знает и понимает основной материал программы, основные темы, но в усвоении материала имеются пробелы; излагает его упрощенно, с небольшими ошибками и затруднениями; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы
0	Отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по дисциплине; присутствуют грубые ошибки в ответе; практические навыки отсутствуют; студент не способен исправить ошибки даже с помощью рекомендаций преподавателя.

Примерный перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1.	Групповые дискуссии	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной темы, где раскрывается суть исследуемой проблемы и приводятся различные точки зрения, а также собственные взгляды.	Перечень вопросов
2.	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
3.	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Вопросы для опроса

Тема 1. Сущность и составляющие социальной эффективности торговли

1. В чем сущность социальной эффективности торговли?
2. Как связаны социальная эффективность торговли и концепция устойчивого развития?
3. Как проявляется социальная эффективность торговли для потребителей?
4. Как проявляется социальная эффективность торговли для торговых работников?
5. Какова роль торговли в повышении качества жизни населения?
6. Какова роль торговли в формировании государственного бюджета?
7. Что такое экологическая эффективность торговли?

Тема 2. Взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли

1. Как повышение социальной эффективности влияет на финансовые результаты субъекта торговли?

2. Влияет ли социальная эффективность субъекта торговли на его кредитоспособность и инвестиционную привлекательность?
3. Какую роль играет социальная эффективность в рыночной капитализации торгового бизнеса?
4. Как связаны социальная эффективность торговли и производительность труда торговых работников?
5. Формированию каких конкурентных преимуществ способствует повышение социальной эффективности субъекта торговли?
6. Какую роль играет социальная эффективность в управлении рисками?
7. Какие средства раскрытия информации о социальной эффективности торговли Вам известны?

Тема 3. Социальная эффективность и социальная ответственность торговли

1. Чем различаются понятия «социальная эффективность торговли» и «социальная ответственность торговли»?
2. Как связаны понятия «социальная эффективность торговли» и «социальная ответственность торговли»?
3. Какие уровни социальной ответственности торговли Вам известны?
4. Какие стандарты действуют в сфере корпоративной социальной ответственности?
5. Кого следует относить к стейкхолдерам субъектов торговли?
6. Что такое экологическая ответственность торговли?
7. Что такое гринвошинг?

Тема 4. Оценка социальной эффективности торговли

1. Какие методы применяются при оценке социальной эффективности торговли?
2. Каковы источники информации, необходимой для оценки социальной эффективности торговли?
3. Что такое нефинансовая отчетность субъекта торговли?
4. В чем преимущества и недостатки качественных методов оценки социальной эффективности торговли?
5. В чем преимущества и недостатки количественных методов оценки социальной эффективности торговли?
6. Какие показатели используют при оценке социальной эффективности субъекта торговли?
7. Какие показатели используют при оценке социальной эффективности торговли региона?

Тема 5. Возможности и направления повышения социальной эффективности торговли

1. Какие факторы оказывают влияние на социальную эффективность торговли?
2. Какова роль государства в стимулировании социальной активности субъектов торговли?
3. Каковы направления повышения внутренней социальной эффективности торговли?
4. Каковы направления повышения внешней социальной эффективности торговли?
5. Как повысить социальную эффективность торговли для потребителей?
6. Как повысить экологическую эффективность торговли?
7. Какое влияние на социальную эффективность торговли оказывает развитие интернет-технологий?

Критерии оценки (в баллах):

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если знает верно и в полном объеме: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет верно и в полном объеме: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной

эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 8 баллов выставляется обучающемуся, если знает с незначительными замечаниями: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет с незначительными замечаниями: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если знает на базовом уровне, с ошибками: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет на базовом уровне, с ошибками: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если не знает на базовом уровне: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта Не умеет на базовом уровне: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

Тематика групповых дискуссий

1. Торговля и ее значение для устойчивого развития экономики
2. Роль торговли в повышении качества жизни населения
3. Стимулы и мотивы повышения социальной эффективности торговли
4. Современные тенденции развития корпоративной социальной ответственности в России
5. Социальная эффективность и социальная ответственность: опыт зарубежных торговых компаний
6. Влияние социальной эффективности торговли на экономическую эффективность торговли

7. Преимущества и недостатки количественных и качественных методов оценки социальной эффективности торговли
8. Социальный аудит и его роль в управлении социальной эффективностью торговли
9. Нефинансовая отчетность торговых организаций: виды, значение, тенденции развития
10. Благотворительность в торговле: история и современность
11. Стандартизация в сфере корпоративной социальной ответственности
12. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании
13. Роль нематериальных активов и интеллектуальной собственности в повышении социальной эффективности торговли
14. Социальная эффективность торговли и инновации
15. Возможности и направления повышения экологической эффективности торговли

Критерии оценки (в баллах):

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если знает верно и в полном объеме: современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет верно и в полном объеме применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 8 баллов выставляется обучающемуся, если знает с незначительными замечаниями: современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет с незначительными замечаниями: применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если знает на базовом уровне, с ошибками: современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет на базовом уровне, с ошибками применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если не знает на базовом уровне: современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Не умеет на базовом уровне: применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

Комплект тестов/тестовых заданий

Тема 1. Сущность и составляющие социальной эффективности торговли

1. Социальная эффективность торговли проявляется:

- а) в улучшении качества жизни населения;
- б) в обеспечении населения потребительскими товарами, в том числе первой необходимости;
- в) в обеспечении занятости населения;
- г) все ответы верны.

2. Социальная эффективность торговли проявляется в отношении:

- а) потребителей;
- б) сотрудников;
- в) общества в целом;
- г) все ответы верны.

3. Понятие «качество жизни» включает в себя:

- а) качество жилищных условий, потребление материальных благ, продуктов питания;
- б) развитие образования, культуры, социального обеспечения;
- в) достойное финансовое положение;
- г) все ответы верны.

4. Концепция устойчивого развития включает:

- а) экономическую составляющую;
- б) социальную составляющую;
- в) экологическую составляющую;
- г) все ответы верны.

5. Социальная эффективность торговли и качество жизни населения:

- а) никак не связаны;
- б) повышение социальной эффективности торговли способствует улучшению качества жизни населения;
- в) повышение социальной эффективности торговли способствует ухудшению качества жизни населения;
- г) повышение социальной эффективности торговли способствует улучшению качества жизни населения только в экономически развитых странах.

6. Социальная эффективность торговли и качество торгового обслуживания:

- а) никак не связаны;
- б) повышение качества торгового обслуживания способствует снижению социальной эффективности торговли;
- в) повышение качества торгового обслуживания способствует повышению социальной эффективности торговли;
- г) повышение социальной эффективности торговли способствует улучшению качества торгового обслуживания только в экономически развитых странах.

7. Социальная эффективность торговли проявляется в отношении потребителей является:

- а) внутренней;
- б) внешней;
- в) зависимой;
- г) независимой.

8. Социальная эффективность торговли проявляется в отношении сотрудников является:

- а) внутренней;
- б) внешней;
- в) зависимой;
- г) независимой.

9. К социальным функциям торговли можно отнести:

- а) обеспечение потребителей информацией о качестве товаров;
- б) расширение рынка труда и обеспечение занятости населения;
- в) экономию времени потребителей;
- г) все ответы верны.

10. Социальная эффективность торговли предполагает:

- а) внешнюю социальную эффективность;

- б) внутреннюю социальную эффективность;
- в) благотворительность;
- г) все ответы верны.

11. Экологическая эффективность торговли:

- а) является составляющей социальной эффективности торговли;
- б) отсутствует;
- в) является составляющей социальной ответственности торговли;
- г) нет правильного ответа.

12. Внутренняя социальная эффективность субъекта торговли предполагает:

- а) обучение сотрудников;
- б) обеспечение безопасности условий труда;
- в) поддержку сотрудников в трудных жизненных ситуациях;
- г) все ответы верны.

13. Внешняя социальная эффективность субъекта торговли предполагает:

- а) благотворительность;
- б) помощь в чрезвычайных ситуациях;
- в) участие в экологических программах и мероприятиях;
- г) все ответы верны.

14. Основная социальная функция торговли заключается:

- а) в повышении заработной платы работников торговли;
- б) в обеспечении населения потребительскими товарами и услугами по доступным ценам;
- в) в формировании позитивного имиджа торговой отрасли;
- г) в охране окружающей среды.

15. Высокая социальная эффективность торговли предполагает:

- а) справедливую политику в сфере управления трудовыми ресурсами;
- б) взаимодействие с государственными и общественными структурами с целью решения общих социальных проблем;
- в) ответственность перед обществом в целом;
- г) все ответы верны.

16. Социальная роль торговой отрасли состоит в том, что она:

- а) вносит существенный вклад в формирование государственного бюджета;
- б) оказывает непосредственное влияние на качество жизни населения;
- в) предоставляет рабочие места;
- г) все ответы верны.

17. Участие субъектов торговли в развитии местных сообществ:

- а) повышает социальную эффективность торговли;
- б) снижает социальную эффективность торговли;
- в) не влияет на социальную эффективность торговли;
- г) нет правильного ответа.

18. Внешняя социальная эффективность торговли проявляется:

- а) в комфортных условиях труда торговых работников;
- б) в справедливой оплате труда торговых работников;
- в) доступных ценах на потребительские товары;
- г) нет правильного ответа.

19. Внутренняя социальная эффективность торговли формируется:

- а) при управлении трудовыми ресурсами;
- б) при управлении ассортиментом;
- в) при управлении цепями поставок;
- г) при разработке ценовой политики.

20. Высокая экологическая эффективность торговли предполагает:

- а) ресурсосбережение;
- б) энергоэффективность;
- в) использование вторичных материалов;
- г) все ответы верны.

Тема 2. Взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли

21. Зависимость между социальной и экономической эффективностью:

- а) отсутствует;
- б) прямо пропорциональная;
- в) обратно пропорциональная;
- г) нет правильного ответа.

22. Повышение социальной эффективности субъекта торговли может способствовать:

- а) улучшению имиджа и деловой репутации;
- б) повышению кредитоспособности;
- в) повышению привлекательности организации как работодателя;
- г) все ответы верны.

23. Повышение социальной эффективности торговли:

- а) приводит к краткосрочному повышению экономической эффективности;
- б) не влияет на экономическую эффективность;
- в) всегда снижает экономическую эффективность;
- г) нет правильного ответа.

24. Изменение социальной эффективности субъекта торговли влияет на:

- а) деловую репутацию и другие нематериальные активы;
- б) экономические показатели;
- в) рыночную капитализацию;
- г) все ответы верны.

25. Формирование устойчивой положительной деловой репутации субъекта торговли является:

- а) средством повышения социальной эффективности;
- б) мотивом повышения социальной эффективности;
- в) средством повышения социально-экологической эффективности;
- г) нет правильного ответа.

26. Зависимость между социальной эффективностью и рыночной капитализацией торгового бизнеса:

- а) отсутствует;
- б) существует;
- в) существует только в розничной торговле;
- г) существует только в оптовой торговле.

27. Повышение производительности труда торговых работников является:

- а) средством повышения социальной эффективности;
- б) мотивом повышения социальной эффективности;
- в) средством повышения социально-экологической эффективности;
- г) нет правильного ответа.

28. В контексте управления социальной эффективностью торговли заинтересованными сторонами называют:

- а) потребителей;
- б) сотрудников;
- в) средства массовой информации;
- г) все ответы верны.

29. Взаимодействие субъекта торговли с заинтересованными сторонами включает:

- а) участие в мероприятиях, проводимых заинтересованными сторонами;
- б) соответствие требованиям стандартов в области устойчивого развития;
- в) повышение производительности труда торговых работников;
- г) нет правильного ответа.

30. Повышение социальной эффективности субъекта торговли способствует:

- а) снижению нефинансовых рисков;
- б) повышению нефинансовых рисков;
- в) нефинансовые риски не изменяются;
- г) нет правильного ответа.

31. Снижение экономической эффективности торговли в результате ухода квалифицированных сотрудников является:

- а) репутационным риском;
- б) социально-трудовым риском;
- в) экологическим риском;
- г) все ответы верны.

32. Снижение товарооборота и доходов, вызванное ухудшением общественного мнения о торговой организации, является:

- а) репутационным риском;
- б) социально-трудовым риском;
- в) экологическим риском;
- г) все ответы верны.

33. Экологические риски субъекта торговли определяются:

- а) негативными последствиями нанесения вреда окружающей среде, создания угрозы жизни и здоровью населения;
- б) репутацией;
- в) расходами на мероприятия по охране окружающей среды;
- г) финансовыми показателями.

34. Социально-трудовые риски субъекта торговли являются:

- а) экологическими рисками;
- б) экономическими рисками;
- в) нефинансовыми рисками;
- г) репутационными рисками.

35. Экономической выгодой от повышения социальной эффективности является:

- а) увольнение низкоквалифицированного персонала;
- б) снижение издержек обращения;
- в) рост производительности труда;
- г) все ответы верны.

36. Социальная эффективность и кредитоспособность субъекта торговли:

- а) никак не связаны;
- б) повышение социальной эффективности способствует снижению кредитоспособности;
- в) повышение социальной эффективности способствует снижению кредитоспособности только в розничной торговле;
- г) нет правильного ответа.

37. Социальная эффективность и конкурентоспособность субъекта торговли:

- а) никак не связаны;
- б) повышение социальной эффективности способствует снижению кредитоспособности;
- в) повышение социальной эффективности способствует повышению конкурентоспособности;
- г) нет правильного ответа.

38. Социальная и экономическая эффективность торговли:

- а) взаимосвязаны и взаимозависимы;
- б) не зависят друг от друга;
- в) взаимосвязаны и взаимозависимы только в розничной торговле;
- г) взаимосвязаны и взаимозависимы только в оптовой торговле.

39. Эффективный социальный маркетинг способствует:

- а) созданию сильного бренда и улучшению деловой репутации;
- б) снижению издержек обращения;
- в) повышению текучести кадров;
- г) все ответы верны.

40. При прочих равных условиях повышение социальной эффективности субъекта торговли способствует:

- а) повышению лояльности сотрудников;
- б) повышению лояльности покупателей;
- в) повышению кредитоспособности;
- г) все ответы верны.

Тема 3. Социальная эффективность и социальная ответственность торговли

41. Понятия «социальная ответственность» и «социальная эффективность»:

- а) тождественные;
- б) под социальной эффективностью понимают концепцию, под социальной ответственностью – измеряемые результаты ее реализации;
- в) под социальной ответственностью понимают концепцию, под социальной эффективностью – измеряемые результаты ее реализации;
- г) тождественные при условии соблюдения требований законодательства.

42. Социальная ответственность торгового бизнеса предполагает:

- а) ответственность торгового бизнеса перед обществом;
- б) ответственность общества перед торговым бизнесом;

- в) ответственность торгового бизнеса перед государством;
- г) все ответы верны.

43. Для субъекта торговли социальная ответственность – это:

- а) закон, обязательное для выполнения правило;
- б) этический принцип, концепция ведения бизнеса;
- в) конституционная обязанность;
- г) все ответы верны.

44. Торговые организации обязаны вносить вклад в улучшение жизни общества согласно теории:

- а) корпоративного эгоизма;
- б) благотворительных обязательств;
- в) корпоративного альтруизма;
- г) ответственной деятельности.

45. В соответствии с теорией «корпоративного эгоизма»:

- а) при условии соблюдения требований законодательства единственной целью бизнеса является увеличение прибыли, в то время как забота о благосостоянии общества должна быть обязанностью государства и некоммерческих институтов;
- б) бизнес должен не только стремиться к максимизации прибыли, но и нести ответственность перед обществом, то есть способствовать росту всеобщего благосостояния и сохранению окружающей среды;
- в) несмотря на сокращение текущей прибыли в результате социально ориентированных расходов, в долгосрочном периоде социально ответственное поведение стабилизирует прибыли и способствуют устойчивому развитию бизнеса, то есть является выгодным для компании;
- г) нет правильного ответа.

46. В соответствии с теорией «разумного эгоизма»:

- а) при условии соблюдения требований законодательства единственной целью бизнеса является увеличение прибыли, в то время как забота о благосостоянии общества должна быть обязанностью государства и некоммерческих институтов;
- б) бизнес должен не только стремиться к максимизации прибыли, но и нести ответственность перед обществом, то есть способствовать росту всеобщего благосостояния и сохранению окружающей среды;
- в) несмотря на сокращение текущей прибыли в результате социально ориентированных расходов, в долгосрочном периоде социально ответственное поведение стабилизирует прибыли и способствуют устойчивому развитию бизнеса, то есть является выгодным для компании;
- г) нет правильного ответа.

47. Ответственность торговых организаций за влияние их деятельности на общество называется:

- а) социальной ответственностью;
- б) уголовной ответственностью;
- в) экологической ответственностью;
- г) административной ответственностью.

48. Понятие корпоративной социальной ответственности стало использоваться:

- а) с 2000 г.
- б) с 1980-х гг.

- в) с 1950 гг.
- г) с 1850 гг.

49. Европейская комиссия определяет корпоративную социальную ответственность как:

- а) обязательство бизнеса вносить вклад в устойчивое экономическое развитие, в трудовые отношения работниками, их семьями, местным сообществом и обществом в целом для улучшения качества их жизни;
- б) достижение организацией коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде;
- в) ответственность торговой организации за влияние ее деятельности на общество;
- г) нет правильного ответа.

50. В соответствии с моделью А. Кэролла корпоративная социальная ответственность включает:

- а) экономическую, правовую и этическую ответственность;
- б) экономическую, правовую и филантропическую ответственность;
- в) этическую и филантропическую ответственность;
- г) экономическую, правовую, этическую и филантропическую ответственность.

51. В соответствии с моделью А. Кэролла уровни корпоративной социальной ответственности можно представить в виде:

- а) пирамиды;
- б) вертикальной линии;
- в) круга или графа;
- г) все ответы верны.

52. Корпоративная социальная ответственность торгового бизнеса – это:

- а) обязательство торгового бизнеса вносить вклад в устойчивое экономическое развитие, в трудовые отношения работниками, их семьями, местным сообществом и обществом в целом для улучшения качества их жизни;
- б) достижение торговой организацией коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде;
- в) ответственность торговой организации за влияние ее деятельности на общество;
- г) все ответы верны.

53. Базовый уровень социальной ответственности торгового бизнеса предполагает:

- а) благотворительную работу;
- б) систему премий, надбавок, доплат;
- в) исполнение обязательств по выплате работникам заработной платы и уплаты налоговых отчислений;
- г) все ответы верны.

54. Высший уровень социальной ответственности торгового бизнеса предполагает:

- а) благотворительную работу;
- б) систему премий, надбавок, доплат;
- в) исполнение обязательств по выплате работникам заработной платы и уплаты налоговых отчислений;
- г) все ответы верны.

55. Развитию концепции корпоративной социальной ответственности в экономически развитых странах способствовали следующие факторы:

- а) повышение сознательности, ожиданий и требований потребителей;
- б) активная деятельность общественных групп, критикующих действия коммерческих структур;
- в) изменения потребительского поведения;
- г) все ответы верны.

56. Развитию концепции корпоративной социальной ответственности в России способствует:

- а) выход российских компаний на международные рынки;
- б) потребность в снижении нефинансовых рисков;
- в) конкуренция со стороны иностранных компаний, функционирующих на российском рынке;
- г) все ответы верны.

57. Программы социальной ответственности могут реализовываться:

- а) только государственными предприятиями;
- б) только крупными частными торговыми предприятиями;
- в) только торговыми сетями;
- г) торговыми предприятиями любых размеров и форм собственности.

58. Гринвошинг в торговле:

- а) отсутствует;
- б) возможен;
- в) возможен только в розничной торговле;
- г) нет правильного ответа.

59. К стейкхолдерам субъекта торговли относят:

- а) потребителей;
- б) инвесторов и акционеров;
- в) сотрудников;
- г) все ответы верны.

60. Экологическая ответственность торговли:

- а) является составляющей социальной ответственности торговли;
- б) является крайне низкой;
- в) отсутствует;
- г) выше, чем в сфере производства.

Тема 4. Оценка социальной эффективности торговли

61. Социальную эффективность торговли региона характеризуют показатели:

- А) индекс потребительских цен;
- Б) розничный товароборот на душу населения;
- В) количество занятых в торговле;
- Г) все ответы верны.

62. Основной недостаток экспертной оценки социальной эффективности торговли заключается:

- а) в трудоемкости расчетов;
- б) в недоступности исходных данных;
- в) в субъективности;
- г) все ответы верны.

- 63. При количественной оценке социальной эффективности широко применяется метод:**
- а) цепных подстановок;
 - б) абсолютных и относительных разниц;
 - в) индексный;
 - г) все ответы верны.
- 64. Анализ социальной эффективности на основе данных годовых отчетов торговых компаний предполагает:**
- а) контент-анализ;
 - б) факторный анализ;
 - в) динамический и структурный анализ;
 - г) структурный анализ.
- 65. Оценить социальную эффективность можно:**
- а) только в торговых сетях;
 - б) только в публичных акционерных обществах;
 - в) только в сетевых торговых предприятиях;
 - г) нет правильного ответа.
- 66. Основным средством раскрытия информации о социальной эффективности субъекта торговли для инвесторов и акционеров является:**
- а) страница в социальной сети;
 - б) годовой отчет;
 - в) интернет-сайт;
 - г) нет правильного ответа.
- 67. Нефинансовая отчетность субъекта торговли содержит информацию:**
- а) о социальной эффективности и социальной ответственности;
 - б) о финансовых результатах;
 - в) о товарообороте и прибыли;
 - г) о производительности труда и прибыли.
- 68. Нефинансовый отчет субъекта торговли:**
- а) способствует повышению эффективности социальной деятельности;
 - б) содержит информацию социальной эффективности и социальной ответственности;
 - в) информирует заинтересованных лиц о социальной эффективности;
 - г) все ответы верны.
- 69. Формирование нефинансовой отчетности позволяет субъектам торговли:**
- а) повысить деловую репутацию;
 - б) повысить прозрачность ведения бизнеса;
 - в) позиционировать себя как социально ответственную компанию;
 - г) все ответы верны.
- 70. Нефинансовый отчет субъекта торговли может иметь название:**
- а) отчет о корпоративной социальной ответственности;
 - б) отчет об устойчивом развитии;
 - в) социальный отчет;
 - г) все ответы верны.
- 71. Нефинансовые отчеты субъектов торговли предназначены:**

- а) для широкого круга лиц;
- б) исключительно для сотрудников;
- в) исключительно для инвесторов и акционеров;
- г) нет правильного ответа.

72. Нефинансовый аудит – это:

- а) процедура оценки социальной эффективности;
- б) процедура верификации представленной в нефинансовом отчете информации аудиторами;
- в) разработка стратегии управления социальной эффективностью;
- г) нет правильного ответа.

73. Результатом проведения нефинансового аудита является:

- а) аудиторское заключение, публикуемое в нефинансовом отчете;
- б) нефинансовый отчет;
- в) отчет о финансовых результатах;
- г) отчет об устойчивом развитии.

74. Экспертиза нефинансового отчета представителями внешних по отношению к субъекту торговли заинтересованных сторон называется:

- а) оценкой социальной эффективности;
- б) общественным заверением;
- в) финансовым аудитом;
- г) нет правильного ответа.

75. Общественное заверение нефинансового отчета позволяет субъекту торговли:

- а) повысить доверие к публикуемым материалам;
- б) дополнить нефинансовый отчет информацией об экологической эффективности;
- в) разработать план по повышению социальной эффективности;
- г) все ответы верны.

76. При оценке социальной эффективности торговли используют показатели:

- а) характеризующие удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, снижение затрат и экономию времени потребителей;
- б) характеризующие условия и характер труда работников торговли;
- в) характеризующие социальную эффективность торговли на общественном уровне;
- г) все ответы верны.

77. Показателями социальной эффективности торговли являются:

- а) торговая площадь на 1000 жителей;
- б) доля уплаченных налогов в товарообороте или прибыли;
- в) коэффициент устойчивости ассортимента;
- г) все ответы верны.

78. Социальная эффективность торговли на общественном уровне характеризуется:

- а) долей уплаченных налогов в товарообороте или прибыли;
- б) текучестью кадров;
- в) средней заработной платой;
- г) все ответы верны.

79. Внутренняя социальная эффективность торговли оценивается:

- а) уровнем обеспеченности сотрудников современными средствами труда;
- б) количеством торговых объектов на 1000 жителей;

- в) коэффициентом устойчивости ассортимента;
- г) средними затратами времени одного покупателя на посещение торгового объекта.

80. При оценке внешней социальной эффективности торговли используют:

- а) уровень переподготовки и повышения квалификации работников торговли;
- б) показатели санитарно-гигиенических условий труда;
- в) товарооборот на одного жителя;
- г) все ответы верны.

Тема 5. Возможности и направления повышения социальной эффективности торговли

81. Для субъектов торговли необходимость повышения социальной эффективности обусловлена:

- А) усилением конкуренции в сфере торговли;
- Б) усилением мер государственного регулирования;
- В) изменением ожиданий и требований покупателей;
- Г) все ответы верны.

82. Факторы, побуждающие субъекты торговли повышать социальную эффективность, включают:

- а) усиление значимости нематериальных активов, в том числе деловой репутации;
- б) конкуренция субъектов торговли в управлении трудовыми ресурсами;
- в) повышение ожиданий потребителей;
- г) все ответы верны.

83. При планировании мероприятий, направленных на повышение социальной эффективности субъекта торговли, следует учитывать интересы:

- а) сотрудников;
- б) инвесторов и акционеров;
- в) потребителей;
- г) все ответы верны.

84. Повышение социальной эффективности субъектов торговли предполагает:

- а) развитие сотрудников, в том числе их профессиональное обучение;
- б) оптимизацию логистических схем с учетом влияния на окружающую среду;
- в) повышение заработной платы;
- г) все ответы верны.

85. Мероприятия, направленные на повышение социальной эффективности субъекта торговли, включают:

- а) внедрение ресурсосберегающих технологий, в том числе при освещении торговых залов;
- б) создание хорошей корпоративной культуры;
- в) организацию в магазинах сбора использованных батареек, макулатуры;
- г) все ответы верны.

86. Инструментами реализации социальных программ в торговле является:

- а) финансовая поддержка талантливой молодежи;
- б) материальная помощь сотрудникам в сложных жизненных ситуациях;
- в) материальная помощь малоимущим слоям населения;
- г) все ответы верны.

87. Повышению социальной эффективности субъекта торговли способствует:

- а) обеспечение справедливой оплаты труда;
- б) благотворительность;
- в) энергосбережение;
- г) все ответы верны.

88. Высокая социальная эффективность торговли для потребителей предполагает:

- а) добросовестное информирование потребителей о характеристиках товаров и услуг;
- б) обеспечение конфиденциальности личных данных покупателей;
- в) обеспечение конфиденциальности личных данных сотрудников;
- г) нет правильного ответа.

89. Повышение экологической эффективности торговли предполагает:

- а) снижение объемов использования бумаги, в том числе на рекламные цели;
- б) внедрение систем очистки сточных вод в магазинах;
- в) внедрение энергосберегающих технологий;
- г) все ответы верны.

90. Повышение социальной эффективности субъекта торговли способствует:

- а) сокращению издержек обращения;
- б) повышению рентабельности продаж;
- в) улучшению имиджа и деловой репутации;
- г) все ответы верны.

91. Улучшение качества торгового обслуживания:

- а) способствует повышению социальной эффективности торговли;
- б) способствует снижению социальной эффективности торговли;
- в) не влияет на социальную эффективность торговли;
- г) нет правильного ответа.

92. Повышение рыночной капитализации торгового бизнеса:

- а) способствует повышению социальной эффективности торговли;
- б) способствует снижению социальной эффективности торговли;
- в) не влияет на социальную эффективность торговли;
- г) нет правильного ответа.

93. Внедрение инновационных и интернет-технологий в деятельность субъекта торговли:

- а) приводит к снижению его социальной эффективности;
- б) приводит к повышению его социальной эффективности;
- в) может способствовать как повышению, так и снижению его социальной эффективности;
- г) не влияет на его социальную эффективность.

94. О повышении социальной эффективности торговли свидетельствует:

- а) рост прибыли;
- б) снижение издержек обращения;
- в) снижение рыночной капитализации;
- г) нет правильного ответа.

95. На социальную эффективность торговли оказывает влияние:

- а) государственное регулирование торговли;
- б) ожидания и предпочтения потребителей;
- в) квалификация торговых работников;

г) все ответы верны.

96. Повышению социальной эффективности торговли на общественном уровне способствует:

- а) повышение качества торгового обслуживания;
- б) обучение сотрудников;
- в) предоставление потребителям полной и достоверной информации о товарах;
- г) нет правильного ответа.

97. Социальная эффективность субъекта торговли зависит от его:

- а) политики в сфере управления трудовыми ресурсами;
- б) ценовой политики;
- в) налоговой политики;
- г) все ответы верны.

98. Повышение экологической эффективности торговли:

- а) способствует повышению социальной эффективности торговли;
- б) способствует повышению социальной эффективности торговли;
- в) не влияет на социальную эффективность торговли;
- г) нет правильного ответа.

99. Повышению внешней социальной эффективности торговли способствует:

- а) повышение качества торгового обслуживания;
- б) оптимизация и повышение устойчивости товарного ассортимента;
- в) предоставление потребителям полной и достоверной информации о товарах;
- г) все ответы верны.

100. Повышению внутренней социальной эффективности торговли способствует:

- а) обучение сотрудников;
- б) повышение качества торгового обслуживания;
- в) предоставление потребителям полной и достоверной информации о товарах;
- г) все ответы верны.

Критерии оценки (в баллах):

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если знает верно и в полном объеме: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет верно и в полном объеме: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 8 баллов выставляется обучающемуся, если знает с незначительными замечаниями: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет с незначительными замечаниями: учитывать взаимосвязь социальной и экономической

эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если знает на базовом уровне, с ошибками: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта. Умеет на базовом уровне, с ошибками: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если не знает на базовом уровне: общие подходы к социальной эффективности как одной из задач проектов в торговле, методы оценки проекта с учетом его социальной эффективности, современные технологии организации и управления торговым бизнесом и их влияние на социальную эффективность проекта Не умеет на базовом уровне: учитывать взаимосвязь социальной и экономической эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, учитывать взаимосвязь социальной эффективности и социальной ответственности эффективности торговли при формировании задач проекта в торговле, оценивать цели и задачи проекта с учетом их социальной эффективности, формулировать цели и задачи проекта, осуществлять его разработку с целью повышения его социальной эффективности, применять современные технологии организации и управления торговым бизнесом с целью повышения социальной эффективности торгового бизнеса

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура экзаменационного билета

Наименование оценочного средства	Максимальное количество баллов
Вопрос 1	20
Вопрос 2	20
Вопрос 3	20

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие и сущность социальной эффективности торговли
2. Социальная эффективность торговли и устойчивое развитие
3. Внутренняя социальная эффективность торговли
4. Внешняя социальная эффективность торговли
5. Социальные функции торговли и их классификация
6. Роль торговли в повышении качества жизни

7. Социальная эффективность торговли для потребителей
8. Социальная эффективность торговли для торговых работников
9. Роль торговли в обеспечении занятости населения
10. Роль торговли в формировании государственного бюджета
11. Роль торговли в развитии местных сообществ
12. Экологическая составляющая социальной эффективности торговли
13. Социальная эффективность финансовые результаты субъекта торговли
14. Социальная эффективность и кредитоспособность, инвестиционная привлекательность
15. Социальная эффективность и рыночная капитализация торгового бизнеса
16. Социальная эффективность и производительность труда торговых работников
17. Социальная эффективность и деловая репутация субъекта торговли
18. Социальная эффективность и конкурентоспособность субъекта торговли
19. Социальная эффективность и управление рисками
20. Значение и средства раскрытия информации о социальной эффективности торговли
21. Социальный маркетинг и его значение в управлении социальной эффективностью торговли
22. Понятие и содержание социальной ответственности торговли
23. Уровни социальной ответственности торговли
24. Взаимосвязь социальной ответственности и социальной эффективности
25. Основные теории корпоративной социальной ответственности
26. Стандарты в сфере корпоративной социальной ответственности
27. Пирамида социальной ответственности А. Кэрлла
28. Характеристика основных стейкхолдеров субъекта торговли
29. Благотворительность как составляющая социальной ответственности торговли
30. Экологическая ответственность как составляющая социальной ответственности торговли
31. Гринвошинг в торговле
32. Методы оценки социальной эффективности торговли
33. Информационное обеспечение оценки социальной эффективности торговли
34. Нефинансовая отчетность и ее роль в оценке социальной эффективности
35. Качественные методы оценки социальной эффективности торговли
36. Количественная оценка социальной эффективности торговли
37. Оценка социальной эффективности торговли региона
38. Оценка социальной эффективности хозяйствующего в торговле субъекта
39. Особенности оценки отдельных составляющих социальной эффективности торговли
40. Факторы, влияющие на социальную эффективность торговли
41. Государственное стимулирование социальной активности субъектов торговли
42. Возможности и направления повышения внутренней социальной эффективности торговли
43. Возможности и направления повышения внешней социальной эффективности торговли
44. Повышение социальной эффективности торговли для потребителей
45. Повышение социальной эффективности торговли для сотрудников
46. Возможности и направления повышения экологической эффективности торговли
47. Роль инноваций в повышении социальной эффективности торговли
48. Социальная эффективность торговли и интернет-технологии
49. Социальная эффективность торговли и интеллектуальная собственность
50. Социальная эффективность торговли и качество обслуживания покупателей