Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 13:39:12
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

Заведующая кафедрой
_____ И.М. Рвачева
(подпись)
«20» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по учебной дисциплине
Б.1.В. 08 «ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ»

Направление подготовки (специальность) 38.03.07. Товароведение
Профиль Товароведение и экспертиза в таможенном деле
(бакалавриат)
Факультет таможенного дела
очная форма обучения 3 курс
заочная форма обучения 4 курс

Разработчик:

к.э.н., профессор_____ Л.Г. Саркисян

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры от «20» февраля 2026 г., протокол № 15

Донецк 2026 г.

1. Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
«ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины:

№ п/п	Код контроли-компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Этапы формирования (семестр изучения)	
				очная форма обучения	заочная форма обучения
1	2	3	4	5	6
1	ПК-2	Способен анализировать закономерности и тенденции формирования потребностей и спроса населения на товары	**Тема 1.** Виды и классификация розничной торговой сети.	5	7
			Тема 2. Специализация и типизация розничной торговой сети.	5	7
			Тема 3. Основные условия и	5	7
			Тема 4. Виды торговых зданий и основные требования к устройству	5	7
2	ПК 8	Способен анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков товаров с учетом требований к безопасности и качеству, экологии, тенденций спроса, моды, новых	**Тема 5.** Функциональные помещения магазинов, их планировка и взаимосвязь.	5	7
			Тема 6. Основные принципы определения площадей функциональных помещений	5	7
			Тема 7. Основные принципы и порядок формирования ассортимента товаров в магазине.	5	7
3	ПК 9	Способен организовывать закупку и поставку товаров,осуществлять связи с поставщиками, контролировать выполнение договорных обязательств	**Тема 8.** Основные элементы, формирующие уровень качества обслуживания покупателей в магазине	5	7
			Тема 9. Основные факторы, влияющие на эффективность использования розничной торговой сети.	5	7
			Тема 10. Товарные запасы торгового предприятия, их	5	7
			Тема 11. Организация обеспечения торгового предприятия товарными ресурсами.	5	7
			Тема 12. Назначение, функции и классификация товарных складов.	5	7
4	ПК 10	Совершенствует организацию торговли	**Тема 13.** Состав групп помещений склада, методика их расчета и планирования.	5	7

			Тема 14. Принципы организации складских операций.	5	7
			Тема 15. Технико-экономические показатели работы складов.	5	7
			Тема 16. Маркетинговая политика распределения и организация товародвижения.	5	7
			Тема 17. Понятие хозяйственных связей по поставкам товаров, их структура и особенности содержания торговли с	5	7
			Тема 18. Организация товароснабжения розничной торговой сети.	5	7

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 2.1 – Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контроли-руемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	2	3	4	5
1	ПК-2	ИДК-1ПК-2. Знает общие и специфические закономерности формирования потребностей и спроса ИДК-2ПК-2. Применяет методы и методики определения потребностей и спроса населения в товарах	**Тема 1.** Виды и классификация розничной торговой сети.	опрос, тесты, задачи, контрольная работа
		ИДК-2ПК-2. Применяет методы и методики определения потребностей и спроса населения в товарах	**Тема 2.** Специализация и типизация розничной торговой сети.	
		ИДК-3ПК-2. Организует и проводит изучение	**Тема 3.** Основные условия и принципы размещения магазинов в городах.	
2	ПК-8	ИДК-1ПК-8. Знает ассортимент и потребительские свойства товаров с учетом требований к безопасности и качеству, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства товаров	**Тема 4.** Виды торговых зданий и основные требования к устройству магазинов.	опрос, тесты, задачи, контрольная работа
		ИДК-2ПК-8. Анализирует коммерческие предложения и выбирает поставщиков товаров	**Тема 5.** Функциональные помещения магазинов, их планировка и взаимосвязь.	
		ИДК-3ПК-8. Организует, заключает и оформляет договоры, соглашения, контракты по закупке товаров	**Тема 6.** Основные принципы определения площадей функциональных помещений магазинов.	
3	ПК-9	ИДК-1ПК-9. Знает основы осуществления торгово-закупочной деятельности и повышения ее эффективности	**Тема 7.** Основные принципы и порядок формирования ассортимента товаров в магазине.	опрос, тесты, задачи, контрольная работа
		ИДК-2ПК-9. Составляет планы и организует процедуру закупки и поставки товаров	**Тема 8.** Основные элементы, формирующие уровень качества обслуживания покупателей в магазине.	
		ИДК-3ПК-9. Осуществляет связи с поставщиками, организует логистические потоки и операции	**Тема 9.** Основные факторы, влияющие на эффективность использования розничной торговой сети.	

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

Шкала оценивания	Критерии оценивания
3	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.)
1-2	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 «Тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-10	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 2.4 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Задачи»

Шкала оценивания	Критерий оценивания
4-5	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.)
1-3	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 2.5 – 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 на 60 %)

3. Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценоч-ного 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 учебной дисциплины
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

Вопросы для текущего модульного контроля

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

Тестовые задания:

1. Товарный запас торгового предприятия – это:
    a. масса товаров, предназначенная для продажи оптовым покупателям или конечным потребителям
    b. масса товаров, предназначенная для продажи конечным потребителям
    c. материальные активы, которые используются для производства товарной продукции

2. Формирование определенных размеров товарных запасов позволяет торговому предприятию:
    a. обеспечить стабильную прибыль
    b. повышать уровень спроса на определённую группу товаров
    c. обеспечивать устойчивость ассортимента товаров, осуществлять определенную ценовую политику, повышать уровень удовлетворенности спроса покупателей
    d. оценить заинтересованность покупателей в повторном приобретении товаров

3. Уровень товарных запасов определяется по формуле:
    a. УТЗ= СТЗ/Т*одн*
    b. УТЗ= Вдн/ Т*одн*
    c. УТЗ = ТЗ/Т*одн*

4. За какое количество стадий осуществляется планирование потребности торгового предприятия в товарных ресурсах?
    a. 2
    b. 3
    c. 4
    d. 5

5. Что происходит на второй стадии оперативного планирования ?
    a. выполняется оптимизация и планирование товарных запасов
    b. следует определить источники формирования оборотных средств, необходимых для осуществления закупок товаров
    c. должен быть организован четкий учет выполнения условий договора поставщиками
    d. определение степени обеспеченности товарооборота товарными ресурсами в целом и товарных запасах в частности

6. Источниками формирования оборотных средств, необходимых для осуществления закупок товаров, могут быть:
    a. Прибыль предприятия, уставный капитал
    b. Заемные средства в форме товарного кредита
    c. Заемные средства в форме финансового кредита
    d. Все варианты верны.

7. Какой метод не используют при планировании товарных запасов?
    a. удельного прироста
    b. технико-экономический расчет
    c. прямого счёта
    d. экономико-математический

8. Время, за которое оборачивается средний запас в торговом предприятии это:
    a. Уровень товарных запасов
    b. Товарооборачиваемость
    c. Однодневный товарооборот
    d. Средний товарный запас

9. На какие площади или зоны делится торговый зал:
    a. Установочную, площадь зоны расчетного узла.
    b. Установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла
    c. Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов.
    d. Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.

10. Услуга торговли – это:
    a. Деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги.
    b. Результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.
    c. Любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой.

11. По характеру выполняемых функций склады делятся на:
    a. Универсальные, специализированные, смешанные
    b. Автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации

c. Подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения
d. Общетоварные и специальные

12. Ассортимент каких складов включает в себя несколько групп товаров, однородных по спросу и условиям хранения?
a. Ассортиментных
b. Комбинированных
c. Специализированных
d. Правильного ответа нет

13. Какая площадь характерна для крупных складов?
a. до 5000 м2
b. до 25000 м2
c. до 50000 м2
d. до 60000 м2

14. В зависимости от характера складских операций, все помещения общетоварных складов разделяют на следующие группы :
a. Базового и оперативного назначения, подсобно-технические, вспомогательные и административно-бытовые
b. Базового и оперативного назначения, подсобно-технические
c. Общего назначения, административные, технические и вспомогательного назначения

15. Какая формула потребуется для расчёта коэффициента исспользования складской площади?
a. Ks=S тов/S осн
b. Ks=S осн+ S констр+ S вспом
c. Ks=S тов+S осн
d. Ks=S осн/ S констр/ S вспом

16. Что относится к основным складским операциям ?
a. Хранение и ремонт тары
b. Отпуск товаров
c. Распаковка и хранение товаров

17. К дополнительным складским операциям не относят:
a. фасовка товаров
b. упаковка и хранение тары
c. замораживание фруктов
d. правильного ответа нет

18. В соответствии с какими документами должна осуществляться поставка непродовольственных товаров ?
a. договор контракции

b. договор купли-продажи
c. договор поставки тваров
d. по письменному указанию руководителя производственного предприятия на основе договоренности с руководителем торгового предприятия

19. Товары доставляются в розничную торговую сеть установленными партиями, через определенные промежутки времени, предусмотренные графиком завоза это:
a. ритмичность товароснабжения
b. бесперебойность товароснабжения
c. экономичность товароснабжения
d. централизация товароснабжения

20. Типы каналов распределения продукции :
a. Прямые, косвенные, совокупные и совместные
b. Прямые, косвенные, совокупные
c. Прямые и косвенные

21. Объем товарной массы в натуральном исчислении, проходящий через склад за определенный календарный период - это?
a. обеспеченность населения складской площадью
b. грузооборот склада
c. коэффициент использования складского объема

22. Основные формы товароснабжения это:
a. транзитная и складская
b. складская и централизованная
c. децентрализованная и транзитная

23. К какой группе по специализации принадлежит магазин с глубоким ассортиментом одной товарной группы и некоторыми сопутствующими товарами?
a. комбинированный
b. b.универсальный
c. узкоспециализированный
d. специализированный

24. К какой группе по специализации принадлежит магазин, который реализует несколько товарных групп, объединенных общностью спроса?
a. комбинированный
b. b.универсальный
c. узкоспециализированный
d. специализированный

25. Какой принцип размещения продовольственных магазинов характерен для городской зоны
a. равномерный

b. групповой
c. ступенчатый
d. верного ответа нет

26. Форма товародвижения от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников
a. звенность товародвижения
b. транзитная форма товародвижения
c. складская форма товародвижения

27. Обязательный элемент крупного склада, представляющий платформенный тротуар, примыкающий к складу и используемый для погрузо-разгрузочных работ это:
a. кровля
b. рампа
c. опорные колонны
d. перекрытия

28. Складская форма товароснабжения не применяется в случае :
a. получение товаров сложного ассортимента
b. получение крупной партии товаров
c. длительное хранение сезонных товаров
d. применяется во всех перечисленных случаях

29. Схема завоза товаров используется при доставке небольших по размерам партий товаров повседневного спроса – это
a. Кольцевая
b. Радиальная
c. Маятниковая

30. Распределение доходов между всеми участниками продвижения продукции от фирмы-производителя до конечного потребителя характеризуется в большинстве видов бизнеса следующим соотношением :
a. 50% Доля цены фирмы производителя + 10% Доля надбавки дистрибьютора + 40% Доля надбавки дилера = 100% Розничная цена
b. 40 % Доля цены фирмы производителя + 20% Доля надбавки дистрибьютора + 40% Доля надбавки дилера = 100% Розничная цена
c. 60% Доля цены фирмы производителя + 10% Доля надбавки дистрибьютора + 30% Доля надбавки дилера = 100% Розничная цена

Задачи:

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

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

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

где $S_{торг}$ - потребность торговой площади на текущий период; $Ч_{жит}$ - численность населения; $S_{норм}$ - норма площади на 1000 жителей.

Определим размер площади зоны с высокой плотностью населения:

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

Определим размер площади зоны со средней плотностью населения:

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

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

$S_{обс1} = ПR^2 = 3,14 * (0,25)^2 = 0,2$ км^2 $S_{обс2} = ПR^2 = 3,14 * (0,5)^2 = 0,8$ км^2

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

$К = S_{уч} / S_{обс1} = 1,8 / 0,2 = 9$ магазинов $К = S_{уч} / S_{обс2} = 2,7 / 0,8 = 3$ 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:

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

где $S^{Шахтерск}_{ТОРГ}$ норматив торговой площади для г.Шахтерск;

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

$К_Д$ - коэффициент дифференциации.

Находим коэффициент дифференциации:

$$К_Д = \left(\frac{Т_{Шахтерск}}{Т_{Дон.обл.}}\right) = \frac{32}{38} = 0,91$$

где $Т_{Шахтерск}$ - розничный товарооборот на 1 жителя г.Шахтерска;
$Т_{Дон.обл.}$ - розничный товарооборот на 1 жителя по Донецкой области.

Полученные данные подставляем в вышеупомянутую формулу определения норматива торговой площади для г.Шахтерска:
$S^{Шахтерск} = 330 * 0{,}91 = 300 м^2$
Определим потребность торговой площади на 90 тыс. жителей для г.Шахтерск:
$S^{ПОТР}_{ТОРГ} = S^{Шахтерск}_{ТОРГ} * Ч^{Шахтерск}_{ЖИТ} = 300 * 90 = 27000 м^2$
где $S^{ПОТР}_{ТОРГ}$ - потребность торговой площади;
$Ч^{Шахтерск}_{ЖИТ}$ - численность населения г. Шахтерска.

Определим размер нового строительства:
$S^{НОВ}_{ТОРГ} = S^{ПОТР}_{ТОРГ} * S^{ФАКТ}_{ТОРГ} = 27000 - 18000 = 9000 м^2$
где $S^{НОВ}_{ТОРГ}$ - размер нового строительства;
$S^{ФАКТ}_{ТОРГ}$ - 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 – STORГ – 22 000 м^2 Мебельный центр - STORГ – 10 000 м^2 Супермаркет – STORГ – 2 000 м^2 Супермаркет – STORГ – 7 500 м^2 Универсам– STORГ – 400 м^2
Магазин «Продукты» – STORГ – 120 м^2
Магазин «Ювелирные изделия и часы» – STORГ – 250 м^2 Магазин «Бытовая химия» – STORГ – 100 м^2
Магазин «Мегаспорт», «Спортмастер» – STORГ – 400 м^2 Магазина «Канцелярские товары» – STORГ – 250 м^2
Решение

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

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.

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 ПГОД - необходимый годовой объем прибыли; Т – срок окупаемости капитальных вложений.

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 ПГОД - 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= КРАБ.МЕСТ *Ксм*Кнепр

1) Определим количество рабочих мест продавцов:

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

где $К_{РАБ,МЕСТ}$ - 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.

Полученные данные подставляем в вышеупомянутую формулу определения численность продавцов:

Ч= $К_{РАБ.МЕСТ}$ *КСМ*КНЕПР=7*1,4*1,4=14 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.

Определим долю торговой площади в общей площади гастронома:

$S_{ТОРГ}$ = 400/1200*100=33%

Определим коэффициент установочной площади:

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

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:

$К_{ОБ} = (Ка*З1+Ку*З2+Кзв*З3+КМП) /2$

Студент самостоятельно определяет значимость перечисленных показателей, например: значимость коэффициента устойчивости ассортимента – 0,5 (З1); значимость коэффициента дополнительных услуг – 0,3 (З2); значимость коэффициента затрат времени на обслуживание – 0,2 (З3).

Определим коэффициент мнения покупателей:

$К_{МП} =190/200=0,95$

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 пе речню 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 вI квартале 2017 г. и полноту ассортимента на 31.03.2017г.

Решение

1) Определим устойчивость ассортимента в I квартале 2017 г.

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

где КУ – коэффициент устойчивости ассортимента;

Рф1, Рф2 ,...,Рфп - фактическое количество разновидностей (или видов) товаров на моменты первой, второй и дальнейших проверок;
Рбаз - базовое количество разновидностей (видов) товаров;
n - количество проверок наличия товаров в продаже.

2) Определим полноту ассортимента на 31.03.2017г.

$$К_{п} = \frac{В_{ф}}{В_{баз}} = \frac{420}{440} = 0,95$$

где КП – коэффициент полноты ассортимента

Вф - фактическое количество видов товаров, представленных в ассортименте предприятия; Вбаз - 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.

$ТЗ_{опт}$- 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.

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 осмыленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Для оценки знаний обучающихся используют тестовые задания 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. Решение задач оценивается по двухбалльной шкале.

Контрольная работа по учебной дисциплине «Логистика в таможенном деле» предусмотрена для студентов заочной формы обучения и выполняется в аудиторной форме по итогам изучения всех смысловых модулей. Аудиторная контрольная работа предполагает ответ в письменном виде на четыре контрольных вопроса (см. п. 3) и решение задачи. Критериями оценки такой работы становятся: соответствие содержания ответа вопросу, понимание базовых категорий темы, использование в ответе этих категорий, ссылки на нормативно-правовые акты, грамотность, последовательность изложения. Контрольная работа оценивается по десятибалльной шкале.