

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 27.07.2023 10:52:58
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1740k17a5070c91a11b58a94140d8e199

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»
направленность (профиль) программы «Экономика и управление на предприятии
(организации)»

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.04 Экономика и управление оптово-посредническими
организациями**

Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) программы	Экономика и управление на предприятии (организации)
Уровень высшего образования	Бакалавриат

Год начала подготовки 2023

Краснодар – 2022 г.

Составитель:

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и управления Л.С. Михайлова

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол № 6 от 27.01.2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
Задачи дисциплины:.....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	5
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	10
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	11
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	11
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	11
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	11
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	13
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	37

І. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цели и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Экономика и управление оптово-посредническими организациями» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении оптовыми торговыми организациями.

Задачи дисциплины:

1. Изучить организационные основы функционирования оптовых организаций (предприятий): управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т.д.;

2. Выявить особенности формирования основных направлений деятельности оптовой торговой организации (предприятия): управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т.д.;

3. Развить практические навыки анализа направлений деятельности оптовой торговой организации (предприятия), оценки ее результатов и оптимизации для повышения эффективности и конкурентоспособности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика и управление оптово-посредническими организациями», относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	144	
Промежуточная аттестация: форма	зачет с оценкой	зачет с оценкой
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	54	24
1. Контактная работа на проведение занятий лекционного и семинарского типов, всего часов, в том числе:	52	22
• лекции	18	10
• практические занятия	28	6
• лабораторные занятия	6	6
в том числе практическая подготовка	6	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-
5. Контактная работа по промежуточной	2	2

аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)		
Самостоятельная работа (СР), всего:	90	120
в том числе:		
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-
• самостоятельная работа в семестре (СРС)	90	120
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	-	-
• изучение ЭОР (<i>при наличии</i>)	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-
• <i>и другие виды</i>	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-2. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	ПК-2.2. Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции	ПК-2.2.3-1. Знает методологические основы проведения логистик ориентированного анализа системы и среды ее функционирования
		ПК-2.2.У-1. Умеет разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации
ПК-4. Определение	ПК-4.2 Определение	ПК-4.2. 3-1. Знает сбор, анализ,

направлений развития организации	параметров будущего состояния организации	<p>систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа</p> <p>ПК-4.2. У-1. Умеет выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации</p> <p>ПК-4.2.У-2. Умеет планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами</p> <p>ПК-4.2.У-3. Умеет разрабатывать бизнес-кейсы</p>
----------------------------------	---	---

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций
для обучающихся очной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/ разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
Семестр 7												
1.	Тема 1. Роль внутренней торговли в формировании потребительского рынка	2	10	6	-	20	38	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
2.	Тема 2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения	6	8	-	-	20	34	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
3.	Тема 3. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции	6	5	-	-	20	31	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.

4.	Тема 4. Управление оптовыми торговыми организациями	4	5	-	-	30	39	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2					
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-	-					
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-	-					
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	-	-					
	Итого	18	28	6	6	90/2	144					

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций
Для обучающихся очно-заочной формы обучения**

Таблица 3.1

№ п/ п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/ разделу или по всему курсу в целом)	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/КЭ, Каттэк, Катт						Всего
Семестр 8												
1.	Тема 1. Роль внутренней торговли в формировании потребительского рынка	2	2	6	-	22	32	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2.3-1. ПК-2.2.У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.

2.	Тема 2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения	2	2	-	-	28	32	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2.3-1. ПК-2.2.У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
3.	Тема 3. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции	4	1	-	-	24	29	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2.3-1. ПК-2.2.У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
4.	Тема 4. Управление оптовыми торговыми организациями	2	1	-	-	46	49	ПК-2.2; ПК-4.2	ПК-2.2.3-1. ПК-2.2.У-1. ПК-4.2. 3-1. ПК-4.2. У-1. ПК-4.2. У-2. ПК-4.2. У-3	О. Гр.д	Т. К.	Ин.п./ Гр.п. Э., Р., Д.
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2					
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-	-					
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-	-					
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	-	-					
	Итого	10	6	6	-	120/2	144					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Деловая/ролевая игра (Д.и.)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Индивидуальный и/или групповой проект (Ин.п./Гр.п.)

Эссе/реферат/доклад (Э., Р., Д.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Управление снабжением и сбытом организации: Учебное пособие / Г.Д Антонов, О.П Иванова, В.М Тумин. М.: ИНФРА-М, 2021. - 286 с.- (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-100881-2. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=301996>
2. Экономика и управление на предприятии : учебник для бакалавров / А. П. Агарков, Р. С. Голов, В. Ю. Теплышев ; под ред. д.э.н., проф. А. П. Агаркова, д.э.н., проф. Р. С. Голова. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 398 с. - ISBN 978-5-394-03492-3. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358456>
3. Экономика предприятия (организации, фирмы) : учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.] ; под ред. О.В. Девяткина, А.В. Быстрова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 777 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_594d2cb99ad737.28899881. - ISBN 978-5-16-012823-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=419241>

Дополнительная литература:

1. Литвинова, Т. Н. Планирование на предприятии (в организации) : учеб. пособие / Т.Н. Литвинова, И.А. Морозова, Е.Г. Попкова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 156 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/14982. - ISBN 978-5-16-011296-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=423179>
2. Голубева, Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебное пособие / Т.М. Голубева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 269 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1081757. - ISBN 978-5-16-016097-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=393273>
3. Ведута, Е. Н. Стратегия и экономическая политика государства : учебное пособие / Е.Н. Ведута. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2270. - ISBN 978-5-16-009120-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=415431>

Нормативные правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ - КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс].
2. Налоговый кодекс РФ

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <https://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система Гарант.
3. <https://www.1gl.ru> - Бухгалтерская справочная система «Система ГлавБух»

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. Баурина С.Б., Назарова Е.В. «Экономика фирмы» (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>)

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. <https://www.nalog.ru/rn39/program/>- База программных средств налогового учета
3. <https://rosmintrud.ru/opendata> - База открытых данных Минтруда России
4. www.economy.gov.ru - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России
5. <http://www.fedsfm.ru/opendata> - База открытых данных Росфинмониторинга
6. <https://www.polpred.com> - Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ"

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Аналитический бюллетень "Тренды экономики промышленности России" <https://www.rea.ru/ru/Pages/exspertixareu.aspx>
2. ЭБС ЗНАНИУМ <http://znanium.com/>
3. <http://www.rbc.ru> – Официальный сайт АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ»

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

1. Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 год (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
2. Антивирус Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition 250-499 Node
3. PeaZip
4. Браузер Google Chrome

5. Adobe Acrobat Reader DC
6. 1С:Предпр.8. Управление торговлей
7. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.
8. Project Expert 7.Tutorial

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Экономика и управление оптово-посредническими организациями» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*):

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения;

для проведения занятий лабораторного типа (*лабораторные занятия*):

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения;

для самостоятельной работы:

– помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по написанию контрольной работы

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Экономика и управление оптово-посредническими организациями» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (<i>зачет с оценкой</i>)	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ¹

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных материалах в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ/проектов

«Курсовая работа/проект по дисциплине «Экономика и управление оптово-посредническими организациями» учебным планом не предусмотрена»

Перечень вопросов к зачету с оценкой:

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету с оценкой
1	Сущность и содержание управления оптово-посредническими организациями, его роль в современных условиях для организаций России.
2	Планирование на торговом предприятии. Цели и задачи деятельности оптового торгового предприятия.
3	Классификация предприятий оптовой торговли по характеру деятельности, размеру, формам собственности, месту, занимаемому на рынке, и др. признакам.
4	Оборотные средства предприятий оптовой торговли: их состав, структура,

¹ В данном разделе приводятся примеры оценочных материалов

	источники образования.
5	Показатели эффективности использования оборотных средств
6	Государственное регулирование деятельности торгового предприятия.
7	Виды оптового товарооборота, их особенности.
8	Ценовая стратегия предприятия оптовой торговли, ее специфика по сравнению с политикой товаропроизводителя.
9	Принципы формирования ценовой стратегии оптового торгового предприятия.
10	Торговая надбавка как основной источник доходов оптового торгового предприятия.
11	Дифференциация и расчет торговых надбавок.
12	Планирование деятельности предприятия: состав типового плана экономического развития оптового торгового предприятия.
13	Анализ и планирование оптового товарооборота оптового предприятия.
14	Информация для анализа и планирования; ее виды.
15	Закономерности развития оптового товарооборота.
16	Взаимосвязь и взаимозависимость показателей оптового товарооборота.
17	Товарные запасы в оптовой торговле – их виды, функции и назначение.
18	Нормирование товарных запасов. Расчет норм и нормативов.
19	Состав затрат в оптовой торговле. Методика анализа накладных расходов (издержек) обращения.
20	Формы и системы оплаты труда, используемые на предприятиях оптовой торговли.
21	Стимулирование работников оптового предприятия.
22	Валовой доход оптового предприятия; источники его образования; факторы, влияющие на величину валового дохода.
23	Планирование прибыли на предприятии оптовой торговли. Точка безубыточности.
24	Понятие рентабельности предприятия. Система показателей рентабельности.
25	Основные направления использования прибыли предприятия.
26	Капиталовложения: источники образования и пути повышения эффективности их использования
27	Методы оценки финансового состояния предприятия торговли. Пути его оптимизации.
28	Показатели, характеризующие финансовое состояние оптового предприятия, методика их расчета.
29	Организация перевозок продукции, роль транспортных средств в сохранности качества и количества продукции в разных видах транспорта.
30	Организация и планирование оптовых закупок продукции; их эффективность.
31	Способы и формы расчетов, их влияние на устойчивость оптового предприятия.
32	Документация, сопровождающая грузы, оформляемая при их приемке.
33	Размещение товаров на складе.
34	Условия хранения и значение хранения товаров.
35	Торговое обслуживание предприятий оптовой торговли.
36	Принципы и формы товародвижения, каналы распределения, их выбор.
37	Организация оптовой реализации и торгового обслуживания предприятий розничной торговли через оптовые рынки и распределительные центры.
38	Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли.
39	Структура аппарата предприятия и склада, функции работников.
40	Организация труда складских работников.
41	Сущность и значение материальных затрат.
42	Анализ и планирование накладных расходов.

43	Задачи и функции оптовой торговли.
44	Организация, планирование закупок и реализации продукции.
45	Анализ и планирование экономических показателей оптовых предприятий.
46	Порядок заключения договоров поставки и купли-продажи.
47	Ценообразование в оптовой торговле, формирование закупочных и оптово-отпускных цен; порядок расчетов с поставщиками.
48	Структура аппарата предприятия и склада, функции работников.
49	Финансовая устойчивость предприятия.
50	Внешнеторговый контракт. Права и обязанности сторон по внешнеторговому договору
51	Базисные условия поставки продукции и перемещения их через границу
52	Инновационный бизнес в оптовой торговле.
53	Управление товарными запасами.
54	Торговые посредники, их классификация.
55	Объединения оптовых торговых организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в торговой деятельности.
56	Подходы к выбору товаров при их закупке
57	Платежеспособность и кредитоспособность предприятия
58	Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения.
59	Проведение переговоров и согласование условий расчетов
60	Коммерческие расчеты: способы и формы расчетов, их влияние на финансовую устойчивость оптового предприятия
61	Организация оптовой реализации и торгового обслуживания предприятий розничной торговли через оптовые рынки и распределительные центры.
62	Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли.
63	Структура аппарата предприятия и склада, функции работников.
64	Организация труда складских работников.
65	Сущность и значение материальных затрат.
66	Анализ и планирование накладных расходов.
67	Задачи и функции оптовой торговли.
68	Организация, планирование закупок и реализации продукции.
69	Анализ и планирование экономических показателей оптовых предприятий.
70	Порядок заключения договоров поставки и купли-продажи.
71	Ценообразование в оптовой торговле, формирование закупочных и оптово-отпускных цен; порядок расчетов с поставщиками.
72	Структура аппарата предприятия и склада, функции работников.

Практические задания к зачету с оценкой:

1. Под системой внутренней торговли понимается:
 - а) Совокупность финансовой, кредитной и налоговой политики, стимулирующей развитие торговых предприятий
 - б) Совокупность функциональных подразделений торгового предприятия
 - в) Соотношение спроса и предложения на реализуемые предприятием товары
 - г) Совокупность людей, объединенных общностью потребительских предпочтений, согласных на определенных условиях приобретать товары и услуги
 - д) Совокупность общих и специальных мер
 - е) Совокупность субъектов торговой деятельности, функционирование которых регулируется общими и специальными мерами организационно-экономического и нормативно-правового характера

2. Оптовая торговля – это:

- а) Торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием
- б) Процесс обращения объектов собственности посредством возмездных договоров
- в) Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
- г) Сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами
- д) Совокупность элементов, определяющих состояние материально-технической базы оптового предприятия
- е) Применение прогрессивных методов продажи, полноты и устойчивости ассортимента, затрат времени на покупку товара

3. Формы организации оптовой торговли:

- а) Биржевая и фондовая
- б) Оптовая торговля через склады и оптовые рынки
- в) Непосредственная оптовая торговля товарами и оказание посреднических услуг при купле-продаже товаров
- г) Прямая и отложенная реализация
- д) Через прилавки
- е) Через автоматы

4. Совокупность элементов, определяющих состояние материально-технической базы, применение прогрессивных методов продажи, полноты и устойчивости ассортимента, затрат времени на покупку товара, товарооборот – это:

- а) Уровень торгового обслуживания
- б) Качество торгового обслуживания
- в) Характеристика торгового предприятия
- г) Культура торговли
- д) Ассортимент оптового предприятия
- е) Месторасположение оптового предприятия

5. Необходимость оптовой торговли определяется:

- а) Основными и дополнительными факторами
- б) Экономическими, социальными факторами
- в) Информационными и экологическими факторами
- г) Производственными, транспортными и торговыми факторами
- д) Экологическими факторами
- е) Социально-культурными факторами

6. Современные рыночные отношения в РФ регулируются:

- а) Таможенным законодательством
- б) Валютным законодательством
- в) Государственным законодательством
- г) Административным законодательством
- д) Финансовым законодательством
- е) Гражданским законодательством

7. Государственное регулирование торговли осуществляется с помощью:

- а) Правовых, финансово-экономических методов
- б) Прямых, косвенных методов

- в) Социальных, экологических методов
- г) Налоговых, финансовых методов
- д) Экологических норм
- е) Социально-правовых норм

7. Объектом государственного регулирования является:

- а) Все отрасли и подразделения производства, товарный, фондовый, валютный рынки, ценообразование, денежное обращение и предприятия независимо от формы собственности и хозяйствования
- б) Государственные предприятия и организации
- в) Неэффективные и финансово неблагополучные предприятия
- г) Население, ресурсы и предприятия
- д) Потребители, профсоюзы, политические партии
- е) Общественные и законодательные органы

8. Субъектом государственного регулирования торговли являются:

- а) Все отрасли и подразделения производства
- б) Экономические, организационные и управленческие отношения в сфере торговли
- в) Налогообложение, кредитование, квотирование
- г) Потребители, профсоюзы, политические партии
- д) Государство, общественные организации, законодательные органы
- е) Товарный, фондовый и валютный рынки

9. Объектом государственного регулирования торговли являются:

- а) Потребители, профсоюзы, политические партии
- б) Государство, общественные организации, законодательные органы
- в) Оптовый оборот посреднических структур
- г) Типовое и видовое разнообразие оптовых структур
- д) Экономические, организационные и управленческие отношения в сфере торговли

10. Оптовые структуры общенационального уровня обеспечивают:

- а) Оптовый оборот крупных партий товаров по всей территории РФ
- б) Товарами закупочно-сбытовые оптовые предприятия
- в) Оптовый оборот посреднических структур
- г) Типовое и видовое разнообразие оптовых структур
- д) Экономические и управленческие отношения в сфере торговли
- е) Фондовый и валютный рынки

11. Оптовые структуры регионального уровня обеспечивают:

- а) Оптовый оборот крупных партий товаров
- б) Типовое разнообразие оптовых структур на федеральном уровне
- в) Типовое и видовое разнообразие оптовых структур на федеральном уровне
- г) Оптовый оборот посреднических оптовых структур
- д) Товарами предприятия торговли в зоне своей деятельности
- е) Видовое разнообразие оптовых структур на федеральном уровне

12. Типы оптовых структур:

- а) Общенациональные и региональные
- б) Коммерческие
- в) Общенациональные
- г) Региональные и районные
- д) Государственные

е) Федеральные

13. Определение уровня и выравнивание общественно необходимых затрат труда через ценообразование - ... функция оптовой торговой сети
оценочная

14. Организация хозяйственных связей производителей и потребителей продукции, выбор возможностей ее сбыта - ... функция оптовой торговли
интегрирующая

15. Типы оптовых посредников:

- а) = Дистрибьюторы, агенты, комиссионеры
- б) Специализированные, неспециализированные
- в) = Брокеры, маклеры, независимые оптовые предприятия
- г) Централизованные, децентрализованные
- д) Транзитные склады
- е) Товарная биржа

16. В зависимости от выполняемых функций и предоставляемых услуг выделяют следующих оптовых посредников:

- а) Министерства, объединения, концерны
- б) Универсальных оптовых посредников
- в) Специализированных оптовых посредников
- г) Зависимых посредников
- д) Централизованных
- е) Децентрализованных

17. В зависимости от подчиненности оптовые посредники могут быть:

- а) Независимые
- б) Нормально-независимые
- в) Смешанные
- г) Коммерческие
- д) Государственные
- е) Зависимые

18. Типы оптовых посредников:

- а) Специализированные, неспециализированные
- б) Брокеры, маклеры, независимые оптовые предприятия
- в) Дистрибьюторы, агенты, комиссионеры
- г) Централизованные, децентрализованные
- д) Коммерческие
- е) Государственные

19. В зависимости от товарной специализации оптовые посредники могут быть в виде:

- а) Коллективных
- б) Частных
- в) Государственных
- г) Специализированных на продаже отдельных групп товаров
- д) С универсальным ассортиментом
- е) Коммерческих

20. Дистрибьютор – это:

- а) Зарегистрированный посредник
- б) Член фондовой биржи
- в) Крупная независимая посредническая фирма
- г) Частное лицо
- д) Член товарной биржи
- е) Дилер

21. Брокер – это:

- а) Член фондовой биржи
- б) Аккредитованный посредник
- в) Крупная независимая посредническая фирма
- г) Частное лицо
- д) Член товарной биржи
- е) Дилер

22. Виды коммерческо-посреднических структур:

- а) Торговые дома
- б) Выставки-продажи
- в) Комиссионеры и коммивояжеры
- г) Акционерные общества
- д) Агенты и брокеры
- е) Дилеры и маклеры

23. Различают следующие виды организаторов оптового товарооборота:

- а) Оптовые базы, оптовые склады, дистрибьюторы
- б) Агенты, коммивояжеры, разъездные товароведы
- в) Товарные биржи, торговые дома, выставки-продажи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки
- г) Специализированные, посреднические, транзитно-перевалочные
- д) Государственные
- е) Индивидуальные

24. Представляет интересы продавцов или покупателей на постоянной основе, не обладая правом собственности на продаваемые товары:

- а) Агент
- б) Брокер
- в) Дилер
- г) Дистрибьютор
- д) Коммивояжер
- е) Разъездной товаровед

25. Совокупность товаров, предлагаемых торговым предприятиям к продаже - ...

26. Какие различают виды ассортимента:

- а) Производственный
- б) Полный
- в) Сокращенный
- г) Торговый
- д) Продовольственный

е) Индивидуальный

27. Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными, сельскохозяйственными предприятиями и др. изготовителями - ...

28. Ассортиментная группа, включающая товары, призванные обеспечить будущие доходы предприятия - ...

29. Группа товаров, имеющая высокий темп роста и приносящая много прибыли - ...

30. Оптовое предприятие «Искра» реализует товары с низкой оборачиваемостью, которые невозможно получать по мере необходимости. Товар заказывается, когда он требуется и сразу вывозится со склада поставщиков. Какой метод закупок наиболее целесообразно использовать в данной ситуации:

- а) Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям
- б) Закупка товаров с немедленной сдачей
- в) Регулярные закупки мелкими партиями
- г) Закупка товаров одной партией
- д) Индивидуальные закупки
- е) Сокращенные закупки

31. По каким признакам классифицируют поставщиков:

- а) По регулированию участия в ярмарках
- б) По прямым
- в) По косвенным
- г) По функциональному
- д) По форме собственности
- е) По территориальному

32. Критерии оценки поставщиков:

- а) Основные, вспомогательные
- б) Прямые
- в) Горизонтальные
- г) Смешанные
- д) Косвенные
- е) Вертикальные

33. К основным критериям оценки поставщиков относятся:

- а) имидж поставщика
- б) цена закупаемого товара
- в) длительные партнерские отношения
- г) качество закупаемого товара
- д) деловая репутация
- е) договорные отношения

34. К вспомогательным критериям оценки поставщиков относятся:

- а) Имидж поставщика
- б) Цена закупаемого товара
- в) Длительные партнерские отношения
- г) Качество закупаемого товара

- д) Деловая репутация
- е) Договорные отношения

35. По особенностям технологического устройства различаются склады:

- а) Открытые
- б) Полузакрытые
- в) Закрытые
- г) Общего пользования
- д) Многоэтажные

36. Потребность в складских помещениях рассчитывается как произведение норматива складской площади на:

- а) Товарный запас, подлежащий хранению
- б) Годовой складской товарооборот
- в) Коэффициент неравномерности образования товарных запасов
- г) Высоту складских помещений
- д) Коэффициент механизации
- е) Коэффициент автоматизации

37. Структурное подразделение, назначением которого является хранение и переработка товарных запасов в специально обособленном помещении – это:

- а) Товарный склад
- б) Розничный магазин
- в) Оптовая база
- г) Подсобное помещение
- д) Товарная биржа
- е) Торговый дом

38. По организационным формам управления различаются склады:

- а) Индивидуального пользования
- б) Совместного пользования
- в) Общего пользования
- г) Распределительные
- д) Многоэтажные
- е) Одноэтажные

39. По месту расположения различаются склады:

- а) Транзитные
- б) Перевалочные
- в) С рельсовыми путями и не имеющих подъездных путей
- г) Подсортировочные
- д) Распределительные
- е) В районах производства и в районах потребления

40. Основные современные тенденции развития потребительского рынка – это ...

- а) Углубление сегментации рынка внутри отдельных товарных групп и дифференциация потребительского спроса
- б) Повышение требований потребителей к качеству товаров и услуг увеличение объема продаж потребительских товаров
- в) Увеличение размеров розничной торговой сети и перечня оказываемых услуг

41. К числу требований, предъявляемых к целям управления, не относятся:
- Достижимость и реалистичность
 - Оперативность и альтернативность
 - Конкретность и измеримость
 - Согласованность и непротиворечивость
42. Управление на основе экстраполяции эффективно в условиях:
- Отсутствия релевантной информации
 - Стабильности внешней среды
 - Стратегических неожиданностей
 - Насыщения рынка товарами и услугами
43. Поставщик фирмы как фактор внешней среды относится:
- К экономическим факторам
 - К среде косвенного воздействия
 - К среде прямого воздействия
 - К среде переменного воздействия
44. Конкурентные отношения в торговле характеризуются следующими факторами:
- Прямые и косвенные
 - Вид, форма и тип конкурентной борьбы
 - Конкурентные преимущества и ограничения
 - Потребители, поставщики, государственные органы
45. Видовая конкуренция в торговле характеризует:
- Конкурентные отношения между предприятиями различного ассортиментного профиля
 - Конкурентные отношения между предприятиями, реализующими товары одного функционального назначения
 - Конкурентные отношения между предприятиями жилой зоны и общегородского значения
 - Конкурентные отношения внутри данной отрасли
46. Конкурентные отношения между магазинами, зоны обслуживания которых пересекаются, формируют:
- Соревновательную конкуренцию
 - Косвенную конкуренцию
 - Прямую конкуренцию
 - Коммерческую конкуренцию
47. На формирование ценовых конкурентных преимуществ предприятия торговли в первую очередь влияют следующие факторы:
- Рациональное использование ресурсов и эффективный менеджмент
 - Соотношение между спросом и предложением
 - Вид, форма, тип конкурентной борьбы
 - Внешняя и внутренняя среда организации
48. Основными факторами, определяющими конкурентоспособность предприятия торговли, являются:
- Объем и ассортимент товаров и услуг
 - Удобство территориального размещения и режим работы предприятия
 - Конкуренция, конкурентные преимущества и стратегия предприятия
 - Тактика, политика и стратегия предприятия

49. Форма конкуренции в торговле характеризует:

- а) Способы воздействия предприятий торговли на потенциальных потребителей
- б) Конкурентные отношения предприятий в зависимости от зоны размещения – городского значения и жилой застройки
- в) Взаимоотношения предприятий торговли с поставщиками товаров
- г) Конкурентные отношения предприятий в зависимости от ассортимента реализуемых товаров и услуг

50. Модель пяти сил конкуренции М. Портера включает следующие факторы:

- а) Появление новых конкурентов, товаров-заменителей, влияние поставщиков, потребителей, конкуренция внутри отрасли
- б) Влияние поставщиков, потребителей, партнеров, государства и общественных организаций
- в) Появление новых конкурентов внутри и вне отрасли, влияние поставщиков, потребителей, международные факторы
- г) Влияние конкурентов, поставщиков, потребителей, государственных и общественных организаций

51. Специфическая деятельность, направленная на оказание помощи покупателям в совершении покупки товаров, их доставке и использовании – это:

- а) Посреднические услуги
- б) Консультационные услуги
- в) Торговые услуги
- г) Информационные услуги
- д) Транспортные услуги
- е) Экспедиционные услуги

52. Достижения развития отрасли, качество и культура обслуживания покупателей - ... торговли
культура

53. Торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием – ... торговля

54. Совокупность субъектов торговой деятельности, функционирование которых регулируется общими и специальными мерами организационно-экономического и нормативно-правового характера – система ... торговли

55. Вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров - ...

56. Стратегической целью регулирования деятельности торговой организации являются:

- а) Совершенствование правил продажи промышленных товаров
- б) Формирование информационного обеспечения участников рынка
- в) Разработка отраслевой научно-технической политики
- г) Создание необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение потребительского рынка и его стратегическую безопасность
- д) Разработка отраслевой кадровой политики
- е) Совершенствование правил продажи продовольственных товаров

57. Механизм регулирования внутренней торговли предусматривает применение системы методов регулирования:

- а) Масштабного воздействия
- б) Прямого воздействия
- в) Точечного воздействия
- г) Косвенного воздействия
- д) Горизонтального воздействия
- е) Вертикального воздействия

58. К прямым методам регулирования внутренней торговли относятся:

- а) Финансовые методы
- б) Экологические методы
- в) Социальные методы
- г) Экономические методы
- д) Методы административно-правового воздействия
- е) Налоговые методы

59. Коммерческая организация, в уставном капитале которой доля участия РФ, ее субъектов, а также общественных и религиозных организаций, благотворительных фондов не превышает 25% - ... предприятие

60. Определение уровня и выравнивание общественно необходимых затрат труда через ценообразование – ... функция оптовой торговли
= оценочная

61. Группу оптовых предприятий регионального уровня составляют:

- а) Транзитные склады
- б) Оптовые предприятия перерабатывающей промышленности
- в) Сбытовые подразделения местных промышленных предприятий
- г) Распределительные центры
- д) Оптовые базы
- е) Независимые оптовые структуры

62. На каких уровнях рассматриваются функции оптовой торговой сети:

- а) На высшем и низшем уровнях
- б) На экономическом и социальном уровнях
- в) На макро- и микроуровне
- г) На внутреннем и международном уровнях
- д) На экологическом уровне
- е) На финансовом уровне

63. На макроуровне выделяют следующие функции оптовой торговой сети:

- а) Сбытовая, логистическая
- б) Финансово-экономическая
- в) Кредитования, консультационная
- г) Хранения, транспортно-экспедиционного обслуживания
- д) Социально-экологическая
- е) Интегрирующая, оценочная, организующая

64. К независимым оптовым организациям относятся:

- а) Оптовики
- б) Организаторы
- в) Оптовые предприятия перерабатывающей промышленности
- г) Торговые дома
- д) Профсоюзы
- е) Посредники

65. По принадлежности оптовые посредники могут быть в виде:

- а) Министерств, объединений, концернов
- б) Универсальных
- в) Специализированных
- г) Торговых баз
- д) Государственных
- е) Коммерческих

66. Типы оптовых посредников:

- а) Дистрибьюторы, агенты, комиссионеры
- б) Специализированные
- в) Брокеры, маклеры, независимые оптовые предприятия
- г) Централизованные,
- д) Неспециализированные
- е) Децентрализованные

67. По форме собственности оптовые посредники могут быть в виде:

- а) Государственных
- б) Специализированных
- в) Коллективных
- г) Частных
- д) Индивидуальных
- е) Смешанных

68. По месту и роли в процессе товародвижения оптовые посредники могут быть в виде:

- а) Независимых
- б) Оптово-сбытовых баз
- в) Торгово-закупочных баз
- г) Государственно-регулируемых
- д) Региональных
- е) Транзитных

69. Оптовики с полным набором торгово-посреднических услуг: хранение товарных запасов, кредитование, доставка товара, оказание содействия в области управления - ... оптовые предприятия независимые

70. Склад, с которого идут отгрузки на другие склады компании без осуществления с них непосредственной торговли - ... центр

71. Посредник в торговых сделках купли-продажи товаров, ценных бумаг, валют, член товарной или фондовой биржи, действующий от собственного имени и за собственный счет - ...

72. Регулярно функционирующий оптовый рынок товаров, сырья, ценных бумаг - ...

73. Специально организованный, периодически действующий в определенных системах рынок, на котором путем публичных торгов продаются предварительно осмотренные покупателем товары, переходящие в собственность покупателя, предложившего наиболее высокую цену - ...

74. Представляет интересы продавцов или покупателей на постоянной основе, не обладая правом собственности на продаваемые товары - ...

75. Рынок, собирающийся в одном и том же месте в определенное время года и установленный срок - ...

76. Формирование ассортимента:

- а) Реализация товаров через розничную торговую сеть
- б) Перечень товаров выпускаемых промышленными и другими изготовителями
- в) Минимальное количество разновидностей товаров
- г) Процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения с целью более его удовлетворения
- д) Предварительно осмотренные покупателем товары, переходящие в его собственность
- е) Процесс определения программы действий по формированию ассортимента

77. Общие факторы формирования ассортимента:

- а) Покупательский спрос, производство товаров
- б) Размер оптового предприятия
- в) Численность и состав населения
- г) Транспортные условия
- д) Техническая оснащенность оптового предприятия
- е) Наличие розничных предприятий в зоне деятельности

78. Специфические факторы формирования ассортимента

- а) Покупательский спрос
- б) Размер оптового предприятия, его техническая оснащенность
- в) Численность и состав населения
- г) Транспортные условия, наличие розничных предприятий в зоне деятельности
- д) Производство товаров
- е) Государственное регулирование торговли

79. Процесс определения программы действий по формированию ассортимента, основанной на анализе рынка и всех видов ресурсов организации – это ... ассортимента планирование

80. Совокупность товаров, предлагаемых торговым предприятиям к продаже - ... ассортимент

81. Перед менеджером отдела закупок стоят задачи: ускорить оборачиваемость капитала; достичь экономию площади складских помещений; сократить затраты на документирование поставки. Какой метод закупки целесообразно выбрать для решения этих задач:

- а) Закупки товара одной партией
- б) Индивидуальные закупки
- в) Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям

- г) Получение товара по мере необходимости
- д) Закупки через разъездных товароведов
- е) Регулярные закупки мелкими партиями

82. Методы поставок

- а) Личная отборка
- б) По мере необходимости
- в) Телефонные оперативные заявки
- г) Через разъездных товароведов
- д) Индивидуальные поставки
- е) Регулярные поставки

83. Централизация товароснабжения предполагает:

- а) Организацию товароснабжения силами и средствами поставщиков
- б) Организацию завоза товаров в соответствии с заданиями
- в) Внедрение наиболее прогрессивных технологических решений на всем пути движения товаров
- г) Минимальные расходы на транспортировку
- д) Высокую оборачиваемость товаров
- е) Низкую оборачиваемость товаров

84. Перемещение товаров от мест производства к непосредственному потребителю – это:

- а) Поставка
- б) Канал распределения
- в) Товароснабжение
- г) Товарооборот
- д) Товародвижение
- е) Доставка

85. Оптовое предприятие «Искра» реализует товары с низкой оборачиваемостью, которые невозможно получить по мере необходимости. Товар заказывается, когда он требуется и сразу вывозится со склада поставщиков. Какой метод закупок наиболее целесообразно использовать в данной ситуации:

- а) Ежедневные (ежемесячные) закупки по котиловочным ведомостям
- б) Закупка товаров с немедленной сдачей
- в) Регулярные закупки мелкими партиями
- г) Регулярные закупки большими партиями
- д) Личные закупки
- е) Индивидуальные закупки

86. Определите потребность в складской площади для штабельного хранения, если известно, что: годовой объем складского оборота – 100 млн. руб.; товарный запас – 7 дней; средняя стоимость одного вагона – 1 млн. руб.; коэффициент неравномерности – 1,3; высота укладки – 2 м.

- а) 15,5 м²
- б) 40 м²
- в) 20 м²
- г) 80 м²
- д) 105 м²
- е) 62,5 м²

87. По ассортиментному профилю различаются склады:

- а) Продовольственных товаров
- б) Универсальные и специализированные
- в) Сезонных товаров
- г) Специальные
- д) Промышленных товаров
- е) Скоропортящихся товаров

88. Определите потребность в складской площади для стеллажного хранения, если известно, что: годовой объем складского оборота – 100 млн. руб.; товарный запас – 7 дней; средняя стоимость одного вагона – 1 млн. руб.; коэффициент неравномерности – 1,3; высота укладки – 2 м.

- а) 15,5 м²
- б) 40 м²
- в) 20 м²
- г) 80 м²
- д) 100 м²
- е) 62,5 м²

89. По режиму хранения и техническому устройству различают склады:

- а) Открытые и закрытые
- б) Индивидуального и общего пользования
- в) Общетоварные и специализированные
- г) Универсальные и смешанные
- д) Многоэтажные
- е) Одноэтажные

90. Определите уровень механизированных работ, если величина механизированного грузопотока составляет 1000 т при двух перевалках, а величина грузопотока, перерабатываемого вручную, составляет 500 т также при двух перевалках.

- а) 56%
- б) 20%
- в) 40%
- г) 66%
- д) 60%
- е) 26%

Тематика рефератов:

1. Организация и развитие торговли в зарубежных странах.
2. Торговля в системе распределения общественного продукта.
3. Инфраструктура внутренней торговли и ее составляющие.
4. Мировой опыт развития внутренней торговли в экономически развитых странах.
5. Направления и этапы развития торговли в РФ.
6. Процессы концентрации, интеграции (горизонтальная и вертикальная) и диверсификации в российской торговле.
7. Роль торговли в жизнеобеспечении населения.
8. Торговля – как фактор, способствующий поступлению текущих денежных средств в государственный бюджет.

9. Роль торговли в содействии укреплению позиций на потребительском рынке отечественных товаропроизводителей.

Типовые тестовые задания:

1. Установите правильную последовательность этапов управления оптовой закупкой товаров:

- а) организация и изучение источников поступления и поставщиков
- б) изучение и прогнозирование покупательского спроса
- в) организация и технология закупок
- г) организация учета и контроль за оптовыми покупками

2. По каким признакам классифицируют поставщиков:

- а) по регулированию участия в ярмарках
- б) по функциональному
- в) по территориальному
- г) по форме собственности

3. Критерии оценки поставщиков:

- а) основные, вспомогательные
- б) прямые, косвенные
- в) горизонтальные, вертикальные
- г) смешанные

4. К основным критериям оценки поставщиков относятся:

- а) имидж поставщика
- б) цена закупаемого товара
- в) длительные партнерские отношения
- г) качество закупаемого товара

5. К вспомогательным критериям оценки поставщиков относятся:

- а) имидж поставщика
- б) цена закупаемого товара
- в) длительные партнерские отношения
- г) качество закупаемого товара

6. Перед менеджером отдела закупок стоят задачи: ускорить оборачиваемость капитала; достичь экономию площади складских помещений; сократить затраты на документирование поставки. Какой метод закупки целесообразно выбрать для решения этих задач:

- а) закупки товара одной партией
- б) регулярные закупки мелкими партиями
- в) ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям
- г) получение товара по мере необходимости

Пример ситуационной кейс-задачи:

На основании исходных данных, представленных в таблице осуществить выбор поставщика продовольственных товаров для оптового торгового предприятия методом экспертных оценок. Коэффициент значимости факторов определить методом прямой бальной оценки. Шкалу оценки выбрать самостоятельно. Объяснить полученные результаты. Оптовое предприятие находится в г. Краснодар.

Таблица - Условия поставки товаров разными поставщиками

Показатели	Поставщики			
	1	2	3	4
<i>I. Основные</i>				
1. Отпускная цена	100	90	92	85
2. Качество	Высокое	Высокое	Выше среднего	Среднее
3. Количество (предлагаемое)	Любое	В 2 раза больше ожидаемого объема реализации	Несколько меньше ожидаемого объема реализации	В пределах ожидаемого объема реализации
4. Размер партии	Произвольный	Произвольный	Фиксированный	Фиксированный
5. Ассортимент	Широкий	Широкий, но с обязательным минимальным перечнем	Достаточный	Узкий
6. Сроки и условия поставки	В течение 3-х дней после оплаты	В течение месяца после заключения договора	В течение недели после оплаты	В течение 7 дней после предоплаты
7. Условия платежа	Предоплата 100%	По факту	Предоплата 50%	Предоплата 20%
8. Местоположение поставщика	г. Москва	г. Майкоп	Прибалтика	Украина
9. Транспортные условия	Самовывоз	По желанию покупателя	Доставка на склад покупателя	Самовывоз
10. Скидки	Скидки при покупке большой партии, не менее 1-го ж/д контейнера	Прогрессивная шкала скидок в зависимости от величины партии закупки	Прогрессивная шкала скидок в зависимости от величины партии закупки и транспортных условий	Нет
<i>II. Дополнительные</i>				
1. Общая репутация поставщика	Все прежние договоры выполнялись в срок	Были задержки поставки на несколько дней	Ранее с этим поставщиком не работали	Все прежние договоры выполнялись в срок

2. Финансовая стабильность поставщика	Существует некоторое сомнение относительно финансовой стабильности	Устойчивая	Неизвестно	Неизвестно
3. Гибкость приспособления к нуждам покупателя, готовность изменить:				
ассортимент	-	+	-	-
Поставки	-	-	-	+
оформление и упаковку	-	-	+	-

Пример тестов для самопроверки:

1. Государственное регулирование торговли осуществляется с помощью:

- а) правовых, финансово-экономических методов
- б) прямых, косвенных методов
- в) социальных, экологических методов
- г) налоговых, финансовых методов

2. Объектом государственного регулирования является:

- а) все отрасли и подразделения производства, товарный, фондовый, валютный рынки, ценообразование, денежное обращение и предприятия независимо от формы собственности и хозяйствования
- б) государственные предприятия и организации
- в) неэффективные и финансово неблагополучные предприятия
- г) население, ресурсы и предприятия

3. Субъектом государственного регулирования торговли являются:

- а) государство, общественные организации, законодательные органы
- б) экономические, организационные и управленческие отношения в сфере торговли
- в) налогообложение, кредитование, квотирование
- г) потребители, профсоюзы, политические партии

4. Объектом государственного регулирования торговли являются:

- а) потребители, профсоюзы, политические партии
- б) государство, общественные организации, законодательные органы
- в) экономические, организационные и управленческие отношения в сфере торговли
- г) налогообложение, кредитование, квотирование

5. Стратегической целью регулирования деятельности торговой организации являются:

- а) совершенствование правил продажи отдельных товаров

- б) формирование информационного обеспечения участников рынка
- в) разработка отраслевой научно-технической и кадровой политики
- г) создание необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение потребительского рынка и его стратегическую безопасность

Пример заданий для самостоятельной работы:

1. Покупатель приобрел в магазине «Мир техники» телевизор. При установке телевизора в квартире был обнаружен брак. Покупатель обратился к директору магазина с просьбой заменить телевизор на качественный. Работники магазина удовлетворили претензию покупателя только через 34 дня.

Как следует поступить в этой ситуации потребителю?

2. Покупатель на следующий день после покупки коробки шоколадных конфет обратился в магазин с требованием возврата уплаченной суммы, поскольку приобретенные конфеты оказались с просроченным сроком годности и стали жесткими. Администрация магазина отказала покупателю в удовлетворении его требований, так как он не предъявил кассового чека.

Кто прав в данной ситуации?

3. Покупательница решила приобрести мебель и обратилась к продавцу с просьбой о консультации по ее выбору, но продавец не смог квалифицированно дать консультацию по данному вопросу.

Что делать в данной ситуации?

4. Покупательница в отделе парфюмерно-косметических товаров магазина попросила продавца порекомендовать ей крем для рук. Продавец порекомендовала ей один из видов импортного крема, аннотация к которому была на французском языке. Однако продавец была уверена в назначении крема, и покупка состоялась. После нескольких дней применения крема кожа стала очень сухой и в некоторых местах начала шелушиться.

Как Вы расцениваете данную ситуацию?

5. На примере оптовой организации назовите основные методы государственного воздействия, регулирующие ее деятельность.

Типовая структура зачетного билета

<i>Наименование оценочного материала</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Задание</i>	<i>10</i>

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	ПК-2.2. Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции	Знает верно и в полном объеме: методологические основы проведения логистик ориентированного анализа системы и среды ее функционирования Умеет верно и в полном объеме: разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации	Продвинутый
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.2 Определение параметров будущего состояния организации	Знает верно и в полном объеме: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Умеет верно и в полном объеме: выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски, и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;	

				планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованным и сторонами; разрабатывать бизнес-кейсы	
70 – 84 балла	«хорошо»	ПК-2. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	ПК-2.2. Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции	Знает с незначительным и замечаниями: методологические основы проведения логистик ориентированного анализа системы и среды ее функционирования Умеет с незначительным и замечаниями: разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации	Повышенный
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.2. Определение параметров будущего состояния организации	Знает с незначительным и замечаниями: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Умеет с незначительным и замечаниями: выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски, и разрабатывать комплекс мероприятий по	

				их минимизации; планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованным и сторонами; разрабатывать бизнес-кейсы	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	ПК-2.2. Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции	Знает на базовом уровне, с ошибками: методологические основы проведения логистик ориентированного анализа системы и среды ее функционирования Умеет на базовом уровне, с ошибками: разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации	Базовый
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.2. Определение параметров будущего состояния организации	Знает на базовом уровне, с ошибками: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Умеет на базовом уровне, с ошибками: выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски, и разрабатывать комплекс мероприятий по	

				их минимизации; планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованным и сторонами; разрабатывать бизнес-кейсы	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-2. Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	ПК-2.2. Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции	Не знает на базовом уровне: методологические основы проведения логистик ориентированного анализа системы и среды ее функционирования Не умеет на базовом уровне: разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации	Компетенции не сформированы
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.2 Определение параметров будущего состояния организации	Не знает на базовом уровне: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Не умеет на базовом уровне: выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски, и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;	

				планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованным и сторонами; разрабатывать бизнес-кейсы	
--	--	--	--	---	--

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и управления

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.18 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОПТОВО- ПОСРЕДНИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Направление подготовки **38.03.01 ЭКОНОМИКА**

Направленность (профиль) программы
**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ
(ОРГАНИЗАЦИИ)**

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2022 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель учебной дисциплины «Экономика и управление оптово-посредническими организациями»: приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении оптовыми торговыми организациями (предприятиями).

Задачи учебной дисциплины «Экономика и управление оптово-посредническими организациями»:

- изучить организационные основы функционирования оптовых организаций (предприятий): управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т.д.; выявить особенности формирования основных направлений деятельности оптовой торговой организации (предприятия): управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т.д.; развить практические навыки анализа направлений деятельности оптовой торговой организации (предприятия), оценки ее результатов и оптимизации для повышения эффективности и конкурентоспособности;

- определение параметров будущего состояния организации;

- организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, цехов и производственных единиц промышленной организации, направление их деятельности на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы организации, рост объемов сбыта продукции и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности производимой продукции, ее соответствие мировым стандартам в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах отечественной продукции.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Роль внутренней торговли в формировании потребительского рынка потребительского рынка
2.	Тема 2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения
3.	Тема 3. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции
4.	Тема 4. Управление оптовыми торговыми организациями
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа	

Форма контроля – зачет с оценкой

Составитель:

Доцент кафедры экономики и управления Л.С. Михайлова