

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 29.08.2025 13:29:39

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6a3a110c8c3199

Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и
маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

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 товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.22 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы

«Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2024

Краснодар – 2023 г.

Составитель:

К.т.н., доцент, доцент кафедры
товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Н.И.Денисова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли
и ресторанного бизнеса

протокол № 7 от «28» февраля 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	5
ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	6
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	13
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	13
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ	14
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	15
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	15
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	16
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	16
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ	39

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Торговое дело» является обучение студентов основам и базовым понятиям коммерческой деятельности, формирование у студентов знаний и навыков, соответствующих квалификации, приобретение навыков решения задач в области организации торговых процессов, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приёмкой и реализацией товаров; знакомство с целями и задачами современного торгового дела по изучению особенностей и специфики объекта торговой деятельности, формирование у студентов компетенций по экономическим основам функционирования торговых организаций, включая основные показатели их хозяйственной деятельности и определяющие их факторы.

Задачи дисциплины

– раскрыть основные принципы принятия экономических решений и научить применять аналитический инструментарий для решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей;

- ознакомить с основными базовыми экономическими моделями, с принципами принятия экономических решений и аналитическим инструментарием с целью использования для решения профессиональных задач;

- раскрыть современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных коммерческих задач, методы анализа показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения;

- научить разрабатывать варианты решения проблем на основе критического анализа доступных источников информации, выделить принципы, и критерии суждений и оценок, формировать собственные суждения и оценки, грамотно и логично аргументируя свою точку зрения;

- раскрыть методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики экономических показателей, научить пользоваться источниками информации, критически оценивать их для принятия обоснованных коммерческих решений;

- изучить понятия торгового дела как основной составляющей рыночного обмена, развития экономических отношений, продвижения товаров и услуг и получения прибыли;

- ознакомить с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли;

- сформировать у будущих специалистов знания и практические навыки рациональной организации торгово-технологических процессов в оптовой и розничной торговле;

- изучить особенности организации и управления торговой деятельностью на уровне предприятий оптовой и розничной торговли, освоить новые подходы к созданию современных интегрированных торговых систем;

- изучить особенности реализации основных торговых процедур и операций: установления хозяйственных связей, формирования товарного ассортимента, закупки и реализации товаров и услуг и т.д.;

- научить анализировать эффективность деятельности торговых предприятий, использовать основные методы математического анализа, при решении профессиональных задач.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торговое дело», относится к обязательной части учебного плана.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	<i>очная</i>	<i>очно-заочная</i>
Объем дисциплины в зачетных единицах	11 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. Часах	396	
Промежуточная аттестация: форма	Зачет (1,2 семестр) экзамен, курсовая работа (3 семестр)	Зачет (1,2 семестр) экзамен, курсовая работа (3 семестр)
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. Часы), всего:	116	74
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. Часов всего, в том числе:	106	64
• лекции	38	26
• практические занятия	58	38
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	1	1
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	5	5
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
Самостоятельная работа (СР), всего:	280	322
в том числе:	-	-
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	32	32
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	230	272
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	18	18
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-
• и другие виды	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1.2. Использует принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	ОПК-1.2. 3-1. Знает принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач
		ОПК-1.2. У-1. Умеет формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата
	ОПК-1.3. Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей	ОПК-1.3. 3-1. Знает базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач
		ОПК-1.3. У-1. Умеет применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ОПК-2.3. Использует современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных экономических и финансовых задач, методы анализа социально-экономических и финансовых показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения	ОПК-2.3. 3-3. Знает современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей
		ОПК-2.3. У-1. Умеет проводить систематизацию и обработку информации торгово-экономического характера из открытых источников и интерпретацию полученных результатов

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов 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/ ИК, КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
Семестр 1												
Раздел 1. Сущность коммерческой работы												
1.	Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.	2	2	-	-	10/-	14	ОПК-1.2 ОПК-1.3	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.3. У-1	О.	Т	-
2.	Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли	2	2	-	-	15/-	19	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1	О	Т	СЗ
3.	Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения	2	3	-	-	12/-	17	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	-
4	Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов	2	3	-	-	15/-	20	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	Д
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-

	Итого	8	10	-	-	52/2	72	-	-	-	-	-
Семестр 2												
Раздел 2. Оптовая торговля												
5.	Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики	3	4	-	-	25/-	32	ОПК-1.3 ОПК-2.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1 ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	Д,СЗ
6.	Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли	4	8	-	-	30/-	42	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	Гр.д	Т	Д.и
7.	Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование	2	4	-	-	25/-	31	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	О	Т	Д
8.	Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.	3	6	-	-	28/-	37	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	О	Т	СЗ
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Итого	12	22	-	-	108/2	144	-	-	-	-	-
Семестр 3												
Раздел 3. Розничная торговля												
9.	Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения	2	6	-	-	15/-	23	ОПК-1.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1	О	Т	СЗ
10.	Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.	6	10	-	-	20/-	36	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т,К	СЗ
11.	Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов	4	8	-	-	15/-	27	ОПК-1.3 ОПК-2.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1 ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-3	О	Т	Д.и

12.	Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	6	12	-	-	20/-	38	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	Гр.д.	Т.	-
	<i>Индивидуальные консультации (ИК)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа на курсовую работу (СРкр)</i>	-	-	-	-	18/-	18	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	18	36	-	-	120/6	126	-	-	-	-	-
	Всего	38	68	-	-	230	342	-	-	-	-	-

Таблица 4

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов
очно-заочной формы обучения**

№ 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, Кат	Всего					
	Семестр 1											
	Раздел 1. Сущность коммерческой работы											
1.	Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.	1	2	-	-	12/-	15	ОПК-1.2 ОПК-1.3	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.3. У-1	О.	Т	-
2.	Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли	1	2	-	-	15/-	18	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1	О	Т	СЗ
3.	Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения	2	2	-	-	12/-	16	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	-
4.	Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов	2	2	-	-	17/-	21	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	Д
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Итого	6	8	-	-	56/2	72	-	-	-	-	-

Семестр 2												
Раздел 2. Оптовая торговля												
5.	Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики	2	2	-	-	28/-	32	ОПК-1.3 ОПК-2.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1 ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	Д,СЗ
6.	Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли	2	4	-	-	30/-	36	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	Гр.д	Т	Д.и
7.	Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование	2	4	-	-	30/-	36	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	О	Т	Д
8.	Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе	2	4	-	-	32/-	38	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	О	Т	СЗ
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Итого	8	14	-	-	120/2	144	-	-	-	-	-
Семестр 3												
Раздел 3. Розничная торговля												
9.	Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения	2	4	-	-	16/-	22	ОПК-1.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1	О	Т	СЗ
10.	Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.	4	2	-	-	24/-	30	ОПК-2.3	ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-3	О	Т, К	СЗ
11.	Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов	4	6	-	-	26/-	36	ОПК-1.3 ОПК-2.3	ОПК-1.3. 3-1 ОПК-1.3. У-1 ОПК-2.3. 3-3 ОПК-2.3. У-1	О	Т	Д.и.

12.	Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	2	4	-	-	30/-	36	ОПК-1.2	ОПК-1.2. 3-1 ОПК-1.2. У-1	Гр.д.	Т	-
	<i>Индивидуальные консультации (ИК)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа на курсовую работу (СРкр)</i>	-	-	-	-	18/-	18	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	12	16	-	-	146/6	180					
	Всего	26	40	-	-	272/10	396					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат/доклад (Р., Д.)

Ситуационное задание (СЗ)

Деловая игра (Д.и.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Чеглов, В. П. Торговое дело. Экономика и управление розничными торговыми сетями: учебник / В.П. Чеглов. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 309 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=365876>

2. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - 6-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 398 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431691>

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Диянова, С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2020. — 384 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=354919>

2. Денисова, Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : учебное пособие / Н.И. Денисова. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 480 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=399595>

3. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 13-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 348 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431458>

4. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 15-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 456 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431698>

НОРМАТИВНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ — <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8;>

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/#dst0;

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/#dst0

2. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 №381-ФЗ (с изменениями и дополнениями). - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/

3. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Издание содержит официальный текст Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 года №2300-1 «О защите прав потребителей» с последними изменениями и дополнениями. Питер, 2015. — 64 с. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

4. Федеральный Закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 № 14-ФЗ (редакция от 29.12.2012, с изм. от 23.07.2013). Нормитика. 2013. — 48 с. Normative.contur http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/

5. Федеральный закон «Об акционерных обществах» М.: Эксмо, Серия: Российское законодательство с комментариями, 2012. — 160 стр. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/

6. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 08.06.2020 г.) // Российская газета. — 2007. — № 164.

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/

7. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01. 1996 г., ФЗ-№ 7 (с изм. от 17 июля 2009 г.). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/

8. Федеральный закон № 135-ФЗ 26 июля 2006 года «О защите конкуренции» (в редакции от 29.11.2010). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/

9. Федеральный Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19.06.92 №3085-1
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/

10. Федеральный закон от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ О лицензировании отдельных видов деятельности https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113658/

11.Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. N 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» (с изменениями и дополнениями) система гарант:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39768/
<http://base.garant.ru/12128965>

11.ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий»
<https://docs.cntd.ru/document/1200025420>

12.ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования»
<https://docs.cntd.ru/document/1200079267>

13.ГОСТ 17527-2003 «Упаковка. Термины и определения»
<https://meganorm.ru/Data2/1/4294812/4294812988.htm>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно-правовая система Консультант Плюс, <http://www.consultant.ru>

2. Справочно-правовая система Гарант. . <http://www.garant.ru>

3. Кодексы и законы РФ - правовая справочно-консультационная система
<https://www.consultant.ru/popular/>

4. Федеральная служба государственной статистики – <https://rosstat.gov.ru/>

5. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «ИНФРА–М» <https://infra-m.ru/>

2. ЭБС «Лань» Книжная коллекция «Инженерно-технические науки» www.e.lanbook.com

3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://elibrary.ru>

5. Компьютерные тестовые задания: система тестирования Indigo

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Базы данных Министерства экономического развития и торговли России, www.economy.gov.ru

2. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования <http://elibrary.ru>

3. Статистическая база данных по российской экономике <http://www.gks.ru>

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

1. Журнал «Российское предпринимательство» <https://creativeconomy.ru/journals/rp>

2.Официальный сайт Министерства экономического развития <https://www.economy.gov.ru/>

3.Официальный сайт Министерства экономики Краснодарского края
<https://economy.krasnodar.ru/?C=D;O=A>

4.КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) <http://cyberleninka.ru/>

5. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятии». Библиотека экономической и управленческой литературы <http://www.eup.ru>

6. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <https://eios.reakf.ru/>

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

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:
 - Microsoft Word
 - Microsoft Excel
 - Microsoft Power Point
 - Microsoft Access
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Торговое дело» 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, служащими для представления учебной информации:

для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.
- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

Оснащение: персональные компьютеры с выходом в сеть Интернет, с обеспечением доступа в информационно-образовательную среду вуза

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические указания по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы обучающихся
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов
- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
- Положение об учебно-исследовательской работе студентов
- Методическое пособие по выполнению практических работ с использованием инновационных технологий обучения и организации самостоятельных работ
- Методические указания по выполнению курсовых работ

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 «Торговое дело» 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 (экзамен)	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 АТТЕСТАЦИИ

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

Тематика курсовых работ:

1. Анализ и совершенствование торговой деятельности посреднического звена
2. Совершенствование организации процесса товародвижения на предприятии.
3. Исследование форм товароснабжения и схем завоза товаров на предприятии розничной торговой сети.
4. Анализ и совершенствование организации коммерческой работы по закупке товаров на предприятии.
5. Изучение форм и методов товароснабжения предприятия розничной торговли.
6. Исследование торговой деятельности предприятия, функционирующего с использованием бизнес-модели франчайзинга.
7. Совершенствование организации лизинговых операций в торговле как формы сотрудничества.
8. Анализ и совершенствование упаковки товара как эффективного коммуникационного

средства в торговле.

9. Оценка торгово-технологического процесса в магазине.
10. Исследование техники и принципов складирования на предприятии.
11. Анализ и совершенствование организации операций приемки на торговом предприятии.
12. Исследование технологий перемещения груза внутри склада предприятия с использованием средств транспортировки, складирования и отборки товаров.
13. Совершенствование организации и технологии отпуска товаров со склада предприятия.
14. Исследование основных направлений развития оптовой торговли на предприятии.
15. Организация и совершенствование процесса товародвижения оптового предприятия.
16. Оценка оптового товарооборота потребительских товаров в современных условиях хозяйствования.
17. Анализ и проектирование складского комплекса предприятия торговли.
18. Организация и технология выполнения складских операций и их совершенствование.
19. Исследование и совершенствование работы современного логистического склада.
20. Совершенствование организации торгово-технологического процесса предприятия розничной торговли.
21. Формирование оптимального ассортимента товаров предприятия розничной торговли.
22. Организация и развитие торговой деятельности предприятия малого бизнеса.
23. Организация продажи товаров в оптовой организации и методы ее стимулирования.
24. Разработка и внедрение инновационных методов и средств коммерческой работы розничной торговой организации.
25. Использование инновационных технологий в развитии коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
26. Формы и методы розничной продажи товаров: анализ и совершенствование.
27. Анализ и совершенствование технологической планировки и выкладки товаров предприятия розничной торговли.
28. Исследование и совершенствование торгово-технологического процесса предприятия розничной торговли.
29. Исследование тары как составного элемента процесса товародвижения предприятия.
30. Совершенствование транспортного обеспечения предприятия торговли.
31. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятия сетевой торговли.
32. Анализ и совершенствование состава помещений в устройстве магазина.
33. Совершенствование технологии размещения товаров в торговом зале магазина при формировании ассортимента.
34. Совершенствование организации выкладки товаров в магазине с учетом принципов и методов мерчандайзинга.
35. Организация и стимулирование продаж товаров с использованием инструментов мерчандайзинга.
36. Организация и совершенствование процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей.
37. Пути совершенствования прогрессивных форм продажи и методов обслуживания покупателей.
38. Анализ и совершенствование проектных и технологических решений предприятия торговли.
39. Развитие и совершенствование коммерческой работы торговой организации в кризисных условиях.
40. Оценка конкурентной среды и ее влияния на коммерческую деятельность предприятия.

Перечень вопросов к зачету:
1 семестр

Номер вопроса	Перечень вопросов зачету
1	Основные функции торговли
2	Цели и задачи торгового менеджмента
3	Основные понятия цикла торговой деятельности
4	Интеграция и ее формы в торговле
5	Диверсификация и ее виды в торговле
6	Новые формы развития торговли
7	Оmnikanальность продаж и оценка эффективности
8	Бизнес-модель циркулярной экономики в торговом бизнесе
9	Цифровые экосистемы в сфере товарного обращения
10	Классификация коммерческого риска
11	Управление коммерческим риском
12	Коммерческие процессы в торговле
13	Виды тары и упаковки
14	Функции упаковки
15	Требования, предъявляемые к упаковочным материалам и таре
16	Участники торговой деятельности. Субъекты торгово-коммерческой деятельности. Специальные участники товарного рынка.
17	Мобильная коммерция: определение, сущность и характеристики.
18	Omni-канальные и cross- канальные продажи: сущность и различия
19.	Характеристика рыночных бизнес-моделей
20.	Понятие среды коммерческого предприятия
21.	Характеристика основных видов рисков, способы снижения рисков
22.	Стратегии слияния и поглощения в торговом бизнесе
23.	Лизинговые и факторинговые операции в торговле
24.	Основные принципы и методы управления коммерческой деятельностью
25.	Объекты коммерческой деятельности: их виды, характеристика
26.	Основные формы концентрации в торговле
27.	Понятие «коммерческая информация», источники ее получения
28.	Понятие «сделка» в коммерческой деятельности и ее виды, формы
29.	Бенчмаркинг в коммерческой деятельности: направления и практика применения
30.	Периодизация истории предпринимательства и торговли в России.
31.	Основные направления развития торговли в рыночной экономике, ее цели, задачи и функции
32.	Инновационные методы развития торговли
33.	Виды, формы и методы конкурентной борьбы в торговом бизнесе
34.	Технологические процессы в торговле
35.	Торговля: сущность, функции, место и роль в экономике России
36.	Торговля в составе общественного воспроизводства
37.	Конъюнктура торговли и ее показатели
38.	Состав и структура современной внутренней торговли
39.	Некоммерческие общественные объединения в торговле Российской Федерации
40.	Ресурсный потенциал и материально-техническая база торговли
41.	Финансовые ресурсы торговли

42.	Сущность, критерии и показатели эффективности торговли
43.	Стоимостные показатели отдельных ресурсов в торговле
44.	Нормативно-правовые подходы к определению торговли
45.	Показатели экономической эффективности материальных ресурсов торговли
46.	Размещение, размеры форматы торговли
47.	Организационная структура торговли
48.	Электронная коммерция: характеристики и особенности организации коммерческой деятельности в цифровой среде
49.	Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования
50.	Инструменты анализа факторов, влияющих на развитие предприятия
51.	Сущность управления торгово-коммерческой деятельностью
52.	Целевые рынки компании: управление развитием целевых рынков товаров
53.	Формы торгово-посреднических структур: их сущность, различия и значение для сферы торговли в целом
54.	Современные технологии электронной коммерции. Big Data и ее роль в электронной коммерции
55.	Инновационные многоканальные технологии в торговле
56.	Реинжиниринг бизнес-процессов на торговом предприятии
57.	Стратегические альянсы в современном бизнесе
58.	Сетевая торговля в ритейле: принципы развития и экономические стратегии
59.	Понятие и значение ценности в розничной торговле. Цепочка формирования ценности.
60.	Этика, социальная ответственность, консьюмеризм

2 семестр

Номер вопроса	Перечень вопросов зачету
1.	Порядок приемки товаров по количеству и качеству на складе.
2.	Технологические операции по хранению товаров на складах. Факторы рациональной организации
3.	Технологии отпуска товаров со склада, условия применения
4.	Структура складских помещений; основные параметры склада. Методика расчета потребности в складской площади.
5.	Основные особенности «пакетной» и «контейнерной» перевозки.
6.	Факторы выбора оптимальных каналов товародвижения
7.	Каналы продвижения товара до потребителя. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя (в оптовой торговле)
8.	Принципы формирования эффективного технологического процесса товародвижения
9.	Тенденции и инновационные технологии развития оптовой торговли
10.	Классификация складов. Складской технологический процесс, основные операции, принципы
11.	Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения
12.	Факторы, определяющие количество и технологию выполнения операций при разгрузке товаров
13.	Порядок приемки товаров по качеству на складе
14.	Варианты схем технологического процесса на складах
15.	Содержание складских операций при разгрузке товаров, какие факторы определяют их количество и технологию выполнения?
16.	Характеристика операций технологического процесса товародвижения

17.	Специфика хранения непродовольственных товаров: режим хранения и способы укладки на хранение.
18.	Подготовка продукции к отправке, отгрузке потребителям. Выбор оптимального вида транспорта. Технология и организация доставки товаров
19.	Роль основных участников процесса товародвижения
20.	Торгово-технологический процесс и технологические операции: содержание, признаки, структура.
21.	Роль складов в процессе товародвижения, их назначение, функции, классификация.
22.	Товародвижение: понятие, цель, основные участники процесса и факторы
23.	Основные направления развития оптовой торговли в рыночной экономике, ее цели, задачи и функции
24.	Сущность и задачи процесса складирования и продажи.
25.	Сущность и основные элементы общего технологического процесса на складе.
26.	Специфика хранения продовольственных и непродовольственных товаров: режим хранения и способы укладки на хранение.
27.	Основные тенденции в технике складирования.
28.	Современные виды технологического оборудования, применяемые при складировании. Эффективность их применения в технологиях доставки грузов.
29.	Структура площадей и принцип рационального использования зон хранения и продажи.
30.	Целевые рынки компании: управление развитием целевых рынков товаров
31.	Многоканальность как фактор повышения эффективности торговли
32.	Структура складских помещений; основные параметры склада. Методика расчета потребности в складской площади.
33.	Характеристика основных организационно-правовых форм торговых предприятий
34.	Основные принципы и методы управления коммерческой деятельностью
35.	Оптовые предприятия, их функции. Основные признаки классификации оптовых предприятий
36.	Формы и методы оптовой продажи товаров
37.	Торгово-посреднические структуры: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
38.	Социально-экономическая эффективность оптовой торговли
39.	Выбор оптимального варианта канала товародвижения. Количественные и качественные критерии
40.	Оценка экономической эффективности каналов дистрибуции: индексы EVA, DPP, количественная, качественная, взвешенная дистрибуция, индекс проникновения
41.	Основные эффекты рыночных взаимодействий. Синергизм партнерства
42.	Классификация, виды оптовых предприятий, их функции
43.	Стратегии взаимодействий с посредниками: стратегии вталкивания и стратегии втягивания
44.	Технология товародвижения. Формы товародвижения. Основные звенья процесса товародвижения
45.	Технология закупочной деятельности в оптовой торговле
46.	Биржи как элемент инфраструктуры коммерческой деятельности
47.	Аукционы -элемент инфраструктуры коммерческой деятельности
48.	Объекты коммерческой деятельности: их характеристика. Услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности.
49.	Процесс товародвижения, как основа организации коммерческой деятельности.

	Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
50.	Ресурсный потенциал торговли.
51.	Система показателей эффективной деятельности коммерческой организации.
52.	Основные методы продажи товаров со склада
53.	Коммерческие взаиморасчеты в оптовой торговле
54.	Управление товародвижением в сфере товарного обращения
55.	Основные правила приемки товаров по количеству в торговых предприятиях
56.	Основные направления развития оптовой торговли в рыночной экономике, ее цели, задачи и функции
57.	Управление запасами торгового предприятия
58.	Сущность и основные элементы общего технологического процесса на складе.
59.	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров
60.	Коммерческое ценообразование в сфере товарного обращения

Практические задания к зачету 1 семестр

1.	1. Укажите правильный ответ: Компонентами модели товарного рынка являются: а) покупатель, продавец, посредник, поставщик, производитель; б) потребность, спрос, предложение, продукт, цена, сделка, обмен; в) оптовый посредник, розничный посредник, дилер, дистрибьютор, комиссионер; г) потребность, спрос, предложение, продукт, цена, договор, обмен. 2. Укажите правильный ответ: Сектор B2C в моделях коммерческой деятельности – это: а) сектор взаимодействия между юридическими лицами; б) сектор взаимодействия между физическими лицами; в) сектор взаимодействия между юридическими и физическими лицами; г) сектор взаимодействия между государством и физическими лицами. 3. Укажите правильный ответ: Сектор C2C – это : а) сектор взаимодействия между юридическими лицами; б) сектор взаимодействия между физическими лицами; в) сектор взаимодействия между юридическими и физическими лицами; г) сектор взаимодействия между государством и физическими лицами. 4. Укажите правильный ответ: Концентрация торговли это: а) открытие торговых предприятий крупных форматов; б) увеличение количества торговых предприятий на определенной территории; в) увеличение рыночной доли крупных предприятий торговли и их объединений (в том числе ресурсов, продаж и прибыли). г) вертикальный рост сетевых торговых структур.
2.	1. Вставьте пропущенное слово: Открытие новых торговых точек в составе сетевой торговой организации представляет собой проявление процессов _____ в отрасли. 2. Вставьте пропущенное слово: Примером интеграции торговли с производителями товаров является _____ торговля. 3. Укажите правильный ответ: Интеграция в торговле представляет собой: а) расширение видов деятельности торговых предприятий; б) сосредоточение ресурсов, продаж и прибыли торговли на крупных предприятиях и их объединениях; в) сближение, сотрудничество предприятий торговли с предприятиями всех отраслей в целях совместной деятельности.
3.	Концентрация определяется как сосредоточение в крупных организациях экономических ресурсов, доли в продажах и прибыли. Консолидация представляет собой долю крупнейших организаций по соответствующему виду деятельности. Консолидация имеет важное значение для развития торговли, что нашло отражение в Приказе Минпромторга России от 31 марта 2011 г. № 422

	«Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года» и последующих документах. 1. Укажите, как соотносятся понятия концентрации и консолидации? 2. Приведите оценку степени консолидации торговли РФ и перспективы ее развития.			
4.	Охарактеризуйте размер влияния изменения количества подразделений и торговой площади на розничный товарооборот торгового предприятия на основании данных таблицы.			
	Показатели	Единицы измерения	Предшествующий год	Отчетный год
	Розничный товарооборот (Т);	тыс. руб.	98300	105230
	Количество предприятий в сети (К);	Ед.	33	35
	Средняя торговая площадь 1 магазина (S);	м 2	205	257
	Розничный товарооборот на 1 м2 торговой площади(t).	млн. руб.		

2 семестр

1.	1. Чем отличаются между собой склады высшей категории? а) Тип здания б) Качество коммуникаций в) Качество пола г) Наличие систем контроля входа и выхода сотрудников д) Нет верных ответов 2. Большая согласованность между участниками канала товародвижения достигается при: а) конвенциональном канале товародвижения; б) вертикальной маркетинговой системе; в) посреднической форме; г) горизонтальной координации. 3. Любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара к конечному потребителю, представляет: а) сегмент канала распределения; б) уровень канала распределения; в) сектор канала распределения; г) луч канала распределения. 4. Система товародвижения — это: а) комплекс услуг, связанных с сервисным обслуживанием клиентов; б) комплекс организаций или лиц, обеспечивающих перемещение грузов от производителя до потребителя в пространстве и времени; в) система стимулирования сбыта готовой продукции; г) транспортная система в стране и регионе.
2.	1. Какова наиболее распространенная сетка колонн на складе? а) 6 * 6 б) 18 * 18 в) 14 * 14 г) 12 * 12 2. Мерой экономической эффективности распределительно-логистической системы служит: а) скорость исполнения заказа;

	б) отношение затрат и результатов; в) уровень обслуживания потребителей; г) величина затрат на организацию товародвижения 3. Установите соответствие установите между элементами и содержанием системы управления распределением: Критерии системы. Прямой канал. Косвенный канал. Уровень канала. а) Перемещение товара без участия посредников. б) Оценка спроса, характеристика потребителей, предприятия, товара, конкуренции. в) Количество посредников при организации канала продвижения. г). Перемещение товара с использованием услуг различных посредников. 4. При реализации методики АВС-анализа ранжирование запасов производится... а) в порядке возрастания; б) в порядке убывания; в) слева-направо; г) справа-налево.
3.	1. Что из перечисленного является общей функцией оптовой торговли: а) концентрация коммерческой деятельности; б) стимулирование сбыта; в) закупки и формирование товарного ассортимента; г) оценка потребностей и спроса; д) маркетинговое обслуживание 2. Дайте определение понятию «товарный склад» а) устройство для бесперебойного снабжения потребителя б) устройство для складирования товаров в) устройство для производственной доработки товаров 3. Рампа – это: а) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной более 6 м; б) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной 2,5-6 м; в) помещение для приемки товаров прибывших в нерабочее время; г) помещение для приемки и распаковки товаров 4. При обнаружении при приемке товаров недостачи количества транспортных единиц следует: а) вернуть товар поставщику как недоукомплектованный б) предъявить претензию поставщику за недопоставку в) приостановить приемку и составить односторонний акт г) принять товар на ответственное хранение до приезда представителя поставщика.
4.	1. Вид деятельности, который относится к оптовой торговле: а) приобретение ящика яблок на овощной базе для заготовок на зиму; б) проведение переговоров брокером с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона одной из строительных организаций; в) проведение фирмой банкета на 150 персон с полным обслуживанием в кафетерии; г) транспортировка газа 2. Назовите методы оптовой продажи товаров: а) личный отбор товаров представителем покупателя; б) письменные, телеграфные и телефонные заказы; в) через передвижные склады и разъездных товароведов; г) путем отправления почтовых посылок д) самообслуживание 3. Внутрискладской технологический процесс подразделяется на следующие основные части: а) разгрузка транспортных средств, приемка товаров по качеству, приемка товаров по количеству; б) разгрузка транспортных средств, размещение товаров на хранение; в) поступление (приемка) товаров, хранение товаров; г) поступление (приемка) товаров, хранение товаров и отпуск товаров со склада. 4. Способы штабельной укладки товаров? а) прямая укладка; а) в перекрестную клетку; а) в обратную клетку;

	а) навалом.
5.	1. Поставщик товара отказывается явиться на составление коммерческого акта на недостатку товаров. Перечислите последовательность действий материально-ответственных лиц (менеджеров) при сложившейся ситуации: а) товар возвращается поставщику б) акт составляется в одностороннем порядке покупателем в) акт составляется в составе комиссии, где имеются независимые представители из других предприятий и организаций 2. Складскую форму товародвижения целесообразно использовать: а) при поставке в розничную торговую сеть товаров простого ассортимента; б) если минимальные нормы отгрузки производственного предприятия превышают объемы закупок розничного торгового предприятия; в) при поставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента, требующих подсортировки; г) при поставке в розничную торговую сеть товаров длительного хранения д) при поставке товаров в районы с высокой плотностью населения 3. Регулирование товарного обращения включают в себя следующие методы: а) экономические, административные, правовые; б) экономические, административные, социальные; в) административные, организационные, социальные; г) социально-экономические, административные, экономико-правовые. 4. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента: а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор; б) оформления договора в письменной форме; в) получения стороной, направившей оферту, её акцепта; г) нет верного ответа

Перечень вопросов к экзамену:

1.	Виды коммерческой информации: их источники
2.	Понятие коммерческой тайны. Требования защиты, предъявляемые к информации, методы защиты
3.	Государственная политика и меры по развитию торговой деятельности в РФ (или регионе)
4.	Коммерческие службы, состав и задачи
5.	Коммерческий риск: понятие, виды. Состав и оценка рисков в деятельности организаций торговли
6.	Характеристика организационно-правовых форм торгового бизнеса: характеристика предприятий по объединению лиц.
7.	Объекты коммерческой деятельности: их характеристика. Услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности.
8.	Процесс товародвижения, как основа организации коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
9.	Закупка товаров на оптовых ярмарках.
10.	Источники закупок и принципы, учитываемые при выборе поставщиков
11.	Понятие о предприятиях (фирмах), их классификация и характеристика по виду деятельности
12.	Понятие об ассортименте товаров и его классификация. Свойства и показатели ассортимента товаров.
13.	Порядок формирования и управление ассортиментом товаров на предприятиях торговли. Собственная торговая марка
14.	Формирование и регулирование ассортимента товаров на торговых предприятиях (оптовых и розничных): принципы, этапы, методы, контроль.

15.	Комплексный анализ товарного ассортимента (ABC, XYZ-анализ). Товарно-ассортиментная политика.
16.	Понятие, сущность и задачи коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности
17.	Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
18.	Субъекты коммерческой деятельности на потребительском рынке и их характеристика.
19.	Характеристика организационно-правовых форм торгового бизнеса: характеристика предприятий по объединению капитала.
20.	Понятие и сущность товародвижения, его принципы и формы.
21.	Формы и методы товароснабжения
22.	Формы сотрудничества в торговле (франчайзинг, лизинг, бартер)
23.	Сущность коммерческой работы по продаже товаров в опте
24.	Роль тары и упаковки в торговле (виды, классификация, тарооборот)
25.	Внемагазинные формы продажи товаров в рознице
26.	Понятие сбыта продукции, его задачи. Каналы сбыта в системе товародвижения, понятие, виды, их выбор. Технология и организация доставки товаров.
27.	Значение и содержание закупочной работы. Методы исследования рынков закупок и сбыта.
28.	Заявки и заказы на товар, их роль в торговле. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Этапы закупок товаров.
29.	Организация и технология закупок товаров у поставщиков. Классификация поставщиков
30.	Понятие хозяйственных связей по поставкам товаров Коммерческая работа по организации хозяйственных связей. Виды хозяйственных связей, их сущность и преимущества.
31.	Роль договора во взаимоотношениях продавцов и покупателей. Классификация договоров.
32.	Значение и виды оптовых ярмарок. Порядок заключения договоров на ярмарке
33.	Коммерческая деятельность в оптовой торговле, ее сущность, функции и особенности. Особенности развития оптовой торговли на современном этапе и ее роль в системе товароснабжения.
34.	Оптовые предприятия, их функции, типы и виды, Кооперация и интеграция в оптовой торговле.
35.	Формы и методы оптовой продажи товаров и оценка их эффективности.
36.	Назначение и функции складов, их классификация. Виды складских помещений.
37.	Содержание складского технологического процесса и принципы его организации. Организация и технология хранения и отпуска товаров со склада.
38.	Продажа товаров со склада оптового звена. Характеристика методов, их организация.
39.	Организация управления торгово-технологическим процессом и организация труда на предприятиях оптовой торговли.
40.	Инфраструктура оптовой торговли. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
41.	Сущность розничной торговли: функции, классификация и особенности размещения розничных предприятий.
42.	Стимулирование продаж: классификация методов, ценовые и неценовые средства. Развитие розничных сетей в России.
43.	Выкладка товаров с учетом психологических особенностей посетителя торгового зала

	и адекватного распределения познавательного ресурса посетителя по мере движения по торговому залу и изучения товаров
44.	Типизация и специализация магазинов розничной торговой сети
45.	Структура розничной торговой сети. Система управления коммерческой деятельностью розничных предприятий.
46.	Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках. Значение и виды оптовых ярмарок. Закупка товаров и порядок заключения договоров на оптовых ярмарках
47.	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью на товарных биржах. Структура биржи. Органы управления и исполнительные органы биржи, их функции.
48.	Сущность, порядок проведения и организационные формы аукционов.
49.	Торговые дома: их задачи, функции и направления деятельности. Роль и функции оптовых рынков
50.	Организация коммерческой деятельности оптовых рынков
51.	Современный подход к обслуживанию покупателей: выкладка, услуги, персонал, маркировка товаров и рекламно- информационное обеспечение.
52.	Использование приемов мерчендайзинга при организации торгового процесса.
53.	Система показателей для анализа эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
54.	Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть (на примере конкретной организации). Транзитная и складская формы товароснабжения
55.	Организация коммерческой деятельности по розничной продаже и торгового обслуживания покупателей. Сущность продажи товаров по «Методу ABC».
56.	Организация торгово-технологическим процессом в магазине, структура, техника и технология управления.
57.	Организация оказания торговых услуг покупателям. Оценка влияния современных технологий на качество оказания розничных услуг.
58.	Устройство и планировка помещений магазина. Выделение торговых зон в магазине с учетом психологии потребителя и особенности торгового процесса в этих зонах
59.	Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
60.	Организация коммерческой работы по закупке товаров.
61.	Технология товародвижения. Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения
62.	Формы товародвижения. Звенность товародвижения
63.	Оптовые предприятия, их виды, функции, классификация
64.	Характеристика работы товарных бирж
65.	Организаторы оптового оборота, их виды, функции
66.	Технология размещения, укладки и хранения товаров. Штабельный и стеллажный способы укладки товаров на хранение
67.	Классификация и функции розничных торговых предприятий. Франчайзинговые отношения в торговле
68.	Понятие специализации и типизации предприятий. Стационарная и нестационарная торговая сеть.
69.	Современные форматы предприятий торговли: гипермаркеты, супермаркеты, магазины шаговой доступности, торговые центры
70.	Понятие и содержание процесса доставки товаров в розничную сеть. Способы доставки

	товаров: сущность, виды, основные операции, методы.
71.	Понятие товароснабжения розничной торговой сети, факторы влияния и принципы организации товароснабжения
72.	Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров

Типовые практические задания к экзамену:

1.	<i>Решите ситуацию:</i> ОАО «Стройка НН» производит сухие строительные смеси в ассортименте для индивидуальных и промышленных потребителей. Предприятие решает расширить границы рынка сбыта своих товаров и реализовывать смеси в регионах, где спрос наиболее активный. <u>Задание А.</u> Изучите потенциальный рынок сбыта сухих строительных смесей. Кто, где и когда в наибольшей степени в них нуждается? <u>Задание Б.</u> Оцените все достоинства и недостатки работы с посредниками (агентами, комиссионерами, дистрибьюторами, брокерами) и создания собственного (нового предприятия) для ООО «Стройка НН». Результат оформите в таблицу
2.	<i>К коммерческим процессам относятся:</i> а) погрузка и разгрузка товаров; б) хранение товаров; в) изучение и прогнозирование спроса; г) подсортировка товаров; д) заключение договоров на поставку товаров; е) рекламно-информационная работа.
3.	<i>Помещение для хранения тары и контейнеров, экспедиции по доставке товаров на дом, мастерские по ремонту оборудования и инвентаря относятся к:</i> а) техническим; в) подсобным; с) административно-бытовым; д) помещения для приемки, хранения и подготовки к продаже

Типовые задания к практическим занятиям

Типовые тестовые задания:

- Что понимается под оптимальной звенностью товародвижения?
 - товар от производства до розничного предприятия проходит как минимум три складских звена
 - товар от производителя доставляется розничному предприятию на прямую без складских звеньев
 - товар в своем движении от производства до розничного звена проходит два оптово-складских звеньев
 - товар в своем движении от производства до розничного звена проходит через минимально необходимое число промежуточных оптово-складских звеньев
- Укажите признаки, характеризующие форматы торговых предприятий.
 - общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.
 - общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.
 - торговая площадь, ассортимент товаров, метод продажи товаров.
 - торговая площадь, ассортимент, дополнительные услуги.
- Какая наиболее распространенная планировка торгового зала в розничных торговых предприятиях?

- а) линейная
 - б) комбинированная
 - в) боковая
 - г) островная
4. Какие бывают методы продажи товаров?
- а) магазинные, внемагазинные.
 - б) по заказам, cash&carry.
 - в) самообслуживание, через прилавки, по образцам.
 - г) основные и дополнительные.
5. Внемагазинные формы торговли для покупателей, проживающих вдали от крупных центров
- а) торговля через автоматы
 - б) торговля через Интернет
 - в) торговля по методу самообслуживания
 - г) торговля через прилавки
 - д) торговля по каталогу через телевидение
 - е) торговля товарами по почте «директ мейл»;
6. При определении объемов закупок и продаж необходимо ориентироваться на следующие критерии:
- а) покупательский спрос и его сезонные колебания.
 - б) объем продаж товаров за предыдущий период.
 - в) финансирование закупок.
 - г) складская площадь и затраты на ее содержание.
 - д) сроки поставок.
 - е) расходы на оформление заказа.
 - ж) предоставление скидок.

Типовые ситуационные задания:

Ситуационное задание 1:

Вы, как студент 4-го курса очной формы обучения, организуете небольшой бизнес в свободное от учебы время в соответствии с вашими финансовыми и правовыми возможностями.

Задание: обоснуйте выбор организационно-правовой формы вашего бизнеса. Проведите тщательный экономический и правовой анализ таких возможных альтернатив

Ситуационное задание 2: Торговое предприятие «Алиготе» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 2400 кв.м, торговая – 1100 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено способом «радиальная решетка».

Задание 1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и его специализацию.

2. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Ситуационное задание 3:

Цель задания: Составить договор поставки

От Можайской швейной фабрики АЗО «Заря» 20 ноября 2015 г. за № 175 поступило коммерческое предложение Голицинскому райпотребсоюзу заключить договор на поставку швейных изделий на 2007 г. В письме швейной фабрики Голицинскому РПС предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения (оферты) разработать и представить поставщику — Можайской швейной фабрике — проект договора на поставку швейных изделий. В связи с этим председатель правления Голицинского РПС поручил в указанный срок коммерческому отделу по группе швейных товаров подготовить с привлечением юриста,

экономиста и бухгалтера РПС проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его с правлением райпотребсоюза направить поставщику для подписания.

Условия и исходные данные для выполнения задания.

Для расчета суммы поставки и составления обоснованной спецификации к договору коммерческий аппарат райпотребсоюза должен использовать данные предшествующего года.

1. В предшествующем году на Можайской швейной фабрике АЗО «Заря» Голицинским РПС было закуплено одежды на 8,3 млн. руб. в следующем ассортименте (табл. 1).

2. По данным изучения и прогнозирования покупательского спроса закупку швейных изделий на Можайской швейной фабрике в новом закупочном периоде (году) Голицинский РПС может увеличить на 20—25% за счет неудовлетворенного спроса на отдельные изделия, пользующиеся спросом у населения.

Это увеличение объема закупки следует отразить по отдельным ассортиментным позициям в приведенной спецификации, являющейся неотъемлемой частью договора.

Следующим этапом является составление проекта договора поставки швейных изделий.

Ситуационное задание 4:

ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевичка».

Задание: Составить коммерческое предложение от имени ООО «Кондитер» универсаму «Магнит», а затем договор поставки на текущий год.

Ситуационное задание 5: Рассчитать потребную складскую площадь, если известно, что среднемесячный объем складского товарооборота -25 млн. руб. Товарный запас-календарная неделя. Средняя стоимость одного вагона -1,5 млн. руб. Коэффициент неравномерности образования запасов -1,15. Высота укладки –стандартная. Способы хранения –штабельный и стеллажный.

Ситуационное задание 6:

Рассчитать потребную складскую площадь, если известно, что среднеквартальный объем складского товарооборота -100 млн. руб. Товарный запас-15 суток. Средняя стоимость одного вагона -15,0 млн. руб. Коэффициент неравномерности образования запасов -1,25. Высота укладки –2,5м. Способы хранения – штабельный и стеллажный.

Типовые кейсы:

Кейс-задание

Тема Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики

Работа в малых группа (4-5 человек). Каждой группе выдается кейс-задание, с которым студенты работают в течение двух часов в отдельных аудиториях.

Кейс-задание включает ситуацию, когда руководитель предприятия направляет в командировку группу сотрудников для заключения договора поставки с потенциальным покупателем. Для успешного проведения переговоров с потенциальным покупателем студентам необходимо подготовить полный пакет документов и рекламные материалы.

Задание:

Студентам необходимо:

1. Разработать проект договора поставки;
2. Разработать спецификацию к договору поставки;
3. Разработать протокол разногласий;
4. Составить оферту
5. Разработать визитки, буклеты, рекламные листки, каталоги (по выбору).

6.Провести переговоры по плану, соблюдая логику продаж: блок уточнения информации; торговая презентация; совершение сделки.

7.Ответить на вопрос: «Назовите шесть причин, почему потенциальному покупателю следует заключить договор с именно с Вашим предприятием?»

Исходная информация о предприятиях (поставщике и покупателе) представлены в кейс-задании (пакет экзаменатора, приложение 3), показатели и критерии оценивания представлены в оценочном листе

Текст задания

Пензенская кондитерская фабрика входит в состав крупнейшей кондитерской компании России — Холдинга “Объединенные кондитеры”. Среди компаний Холдинга такие крупные именитые московские предприятия, как ОАО “Рот Фронт”, ОАО “Красный Октябрь”, ОАО “Кондитерский концерн “Бабаевский”.

Глядя на огромное предприятие, оснащенное самым современным оборудованием, трудно поверить, что все начиналось с небольшой кондитерской мастерской, где трудились всего десять человек, и объемы производства составляли не более 90 кг карамельной массы и 60 кг пряников в день. Такой Пензенская кондитерская фабрика была 80 лет назад. Несмотря на свой солидный возраст ЗАО “Пензенская кондитерская фабрика” сегодня — это динамично развивающаяся компания, которая упорно следует поставленной цели, выраженной в миссии предприятия: “Мы выпускаем продукцию, которая помогает делать жизнь приятней”. Поэтому ассортиментный портфель компании оптимален с точки зрения выпускаемых групп кондитерских изделий, обновления ассортимента, качества продукции, цены.

Фабрика производит продукцию практически в каждом сегменте рынка кондитерских изделий, а это более 130 наименований:

- конфеты, ирис, драже, карамель,
- зефир, восточные сладости,
- вафли, пряники, печенье, вафельные торты.

На протяжении многих лет ПКФ выпускает кондитерские изделия, которые узнаваемы и любимы с самого детства: “Мишка косолапый”, “Трюфели”, “Красная Шапочка”, “Ромашка”, “Ласточка”, “Буревестник”, “Птичье молоко”.

Структура предприятия сформирована таким образом, чтобы оперативно отслеживать существующую ситуацию на рынке кондитерских изделий. Проводятся статистические и полевые маркетинговые исследования, затем они обрабатываются и анализируются. На основе полученных результатов идет постоянное обновление ассортимента. Параллельно разрабатываются и внедряются в производство новые, востребованные покупателем виды кондитерских изделий.

Предприятие сделало ставку на продукцию класса mass-market, доступную большинству покупателей с разными доходами. На современной немецкой линии на ПКФ производятся вафли, вафельные торты и вафельные батончики под брендом “Обожайка”. Эта продукция пользуется широкой популярностью, и спрос на нее постоянно растет.

Именно эти условия продиктовали необходимость покупки новой австрийской линии с отличительными опциями, позволяющими выпускать высоко конкурентную продукцию. На региональных рынках стал расти сегмент мучнистых изделий, и вафли “Обожайка” пришлось весьма кстати.

Выпустить вкусный достойный продукт еще полдела, необходимо довести его до конечного покупателя. С 2003 года началось формирование новой системы сбыта, включающей развитие магистральных дистрибьюторских центров. Это позволило предприятию завоевать большую долю, как на локальном, так и на региональных рынках. Многие предприятия утверждают, что их продукция самая качественная. Пензенская кондитерская фабрика

подтверждает качество продукции фактами, которые говорят сами за себя.

Во-первых, высокое качество продукции ЗАО “Пензенская кондитерская фабрика” соответствует требованиям ГОСТ Р 51705.1—2001, подтверждающим, что система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов основана на принципах ХАССП применительно к производству кондитерских изделий.

Во-вторых, продукция компании востребована на международном рынке (ЗАО “Пензенская кондитерская фабрика” экспортирует свою продукцию в десятки стран) и соответствует мировым стандартам. В частности, система качества разработки товара, его производства и поставки кондитерских изделий соответствует ГОСТ Р ИСО 9001—2001

И наконец, множество наград, которыми продукция награждена в ходе проведения отечественных и зарубежных выставок. На дегустационных конкурсах, проводимых в рамках международных выставок “Продэкспо-2010” (г. Москва) и World Food—2010 (г. Москва), продукция Пензенской кондитерской фабрики завоевала серебряные и бронзовые награды. Набор конфет “Пенза” 340 г и вафли “Обожайка” с ароматом крем-брюле 50 г выиграли серебро, конфеты “Обожайка” со вкусом крем-карамель и вафельный батончик “Обожайка” с миндалем и вкусом крем-брюле 25 г получили бронзу.

Неизменно высокое качество производимой продукции — один из основополагающих принципов Холдинга “Объединенные кондитеры”. На предприятии действует строгая система контроля каждого этапа — это на 100% гарантирует безопасность кондитерских изделий. Система включает проведение дополнительных анализов, замеров, закупку дополнительного контролирующего оборудования. Тщательную проверку проходит, прежде всего, поступающее на фабрику сырье. В этом вопросе немаловажным является тот факт, что предприятие работает только с известными, хорошо зарекомендовавшими себя поставщиками. Вся продукция вырабатывается из натурального сырья и является экологически чистой. Важно, что на выходе все кондитерские изделия подвергаются дополнительной проверке. Огромное значение придается соблюдению норм санитарии и безопасности продукта.

Новинки

В прошлом году “сладкую” семью бренда “Обожайка” дополнили четыре вида помадных конфет, два вида вафельных батончиков, два вида вафельных тортов и восемь наименований неглазированных вафель.

Существенно расширилась полюбившаяся многим линейка конфет “Нива”. Традиционную конфету с обсыпкой вафельной крошкой дополнили конфеты с обсыпкой дробленным миндалем и с обсыпкой из кокосовой стружки.

В планы Холдинга входит завоевание новых ниш кондитерского рынка. С 2008 года АО “Пензенская кондитерская фабрика” активно развивает новое направление деятельности — выпуск продукции под “частной торговой маркой”. Сетевые ретейлеры и крупные организации заказывают продукцию под Private Label, не боясь потерять свой имидж, а темп развития данного направления в деятельности предприятия еще одно важное доказательство высокого качества продукции и оптимального соотношения “цена—качество”.

Руководство фабрики поручило группе сотрудников заключить договор поставки с крупнейшим оптово-розничным предприятием ПАО «Слата» в Иркутской области.

ПАО «Слата» имеет мощную материально-техническую базу: оптовые склады, реализующие кондитерские изделия по всей области и другим регионам, большую сеть розничных предприятий (гипер и супермаркетов), осуществляющих продажу продовольственных товаров, в т.ч. кондитерских изделий.

АО “Пензенская кондитерская фабрика» заинтересована в долгосрочном сотрудничестве с ПАО «Слата».

Реквизиты сторон:

Поставщик: АО «Пензенская кондитерская фабрика»

670047,Россия, г.Пенза,ул.Сахьяновой,д.9,оф. 2-11
Р/с 4070281000 000000 03665 ПАО АК «БайкалБанк» г. Пенза
301018102000000 00736 БИК 048142736 ИНН/КПП 0323351310/032301001
тел. 8 (3012)63-72-72/

Руководитель _____ Р.Д. Хубитуев

Покупатель: ПАО «Слата» 123456, Иркутская область, г.Иркутск, пр.Автомобилистов 01,
оф. 01

ИНН 1234567890, КПП123456789 70 Р/сч.44678432789543000224 в филиале АКБ
Мосстройэкономбанка

к/с.301018101000000000775 БИК 123456789

Руководитель _____ Н.В.Голубева.

Инструкция по выполнению задания:

Внимательно прочитайте задание, проанализируйте его, обозначьте цели работы группы, план работы и распределите обязанности членов группы. Представьте себя на месте группы сотрудников, которая должна заключить договор, разработайте план действий для проведения переговоров с директором предприятия ПАО «Слата».

1.План переговоров (логика продаж)

1.1 Блок уточнения информации;

1.2 Торговая презентация;

1.3 Совершение сделки.

2.Разработать проект договора поставки;

3. Разработать спецификацию к договору поставки;

4. Разработать протокол разногласий;

5. Составить оферту;

6. Разработать визитки, буклеты, рекламные листки, каталоги (по выбору);

7. Ответить на вопрос: « Назовите шесть причин, почему ОАО «Слата» следует заключить договор с Вашим предприятием?»

Вы можете воспользоваться Интернет ресурсами,

Мини-кейс

Тема Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Задание

Выработать схему и отразить содержание торгово-технологического процесса магазина.

Исходный материал: представленные в таблицах задания номенклатура типов магазинов, ассортимент и перечень дополнительных услуг.

План работы

1. Выбрать тип магазина.

2. Определить ассортимент товаров, реализуемых в данном типе магазина (табл. 1,2,3,4).

3. Сгруппировать ассортимент по отделам магазина (табл. 1,2).

4. Сгруппировать ассортимент по секциям.

5. Определить развернутый ассортимент секции (отдела).

6. Выбирать схему торгово-технологического процесса, применяемая для данной товарной группы.

7. Определить метод продажи товаров и порядок обслуживания покупателей.

8. Устанавливается перечень дополнительных услуг в магазине.

9. Раскрыть содержание торгово-технологического процесса для **одной** товарной группы:

10. Составить план-схему магазина. На нем необходимо отразить все требования к торгово-технологическому процессу. Для этого на схеме должны быть размещены

торговый зал и все остальные группы неторговых помещений:
Задание оформляется на стандартных листах бумаги.

Кейс-задание

Тема: Организация коммерческой работы в розничной торговле

Задание: Студенту, как специалисту торговли, требуется:

1. Дать развернутую характеристику торговой сети ЗАО «Торговый дом «Перекресток». Указать ее отличительные особенности в соответствии с классификацией торговых сетей и классификацией торговых предприятий.
2. Проанализировать название торговой сети на соответствие требованиям ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» и требованиям рекламоспособности.
3. Указать форматы, в которых работает торговая сеть, и их характеристики, и проанализировать их на соответствие требованиям ГОСТ Р 51773-01 «Розничная торговля. Классификация предприятий».
4. Разработать систему повышения культуры обслуживания за счет программы дополнительных услуг.

Примеры вопросов для опроса:

Тема Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

1. Формы и технология оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги.
2. Маркетинговые решения оптовых торговых предприятий об ассортименте, цене товара, стимулировании продажи.
3. Роль, функции и сущность оптовой торговли в системе хозяйственных отношений.
4. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?

Тема Основы организации и технологии товародвижения

1. Назовите принципы рациональной организации процесса товародвижения.
2. Каковы условия применения транзитной формы товародвижения?
3. Каковы условия применения складской формы товародвижения?
4. Каналы распределения, их выбор.
5. Элементы товародвижения и их характеристика: доставка, приёмка, размещение, хранение, оформление и подготовка заказа к отгрузке, доставка грузов потребителю.
6. Технологическая цепь процесса товародвижения и ее характеристика
7. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения
8. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
9. Каналы распределения, их выбор.

Тема Розничные торговые предприятия, их классификация, функции и принципы размещения

1. В чем проявляется роль и состоит значение розничной торговли для экономики России?
2. Что такое торговая сеть? Охарактеризуйте специфику торговых сетей как современного формата розничной торговли
3. Стационарная и нестационарная торговая сеть. Виды розничной торговли: магазинные и внемагазинные формы и их разновидности
4. Назовите основные признаки, по которым принято классифицировать розничные торговые

предприятия

5. Дайте характеристику разносной и развозной торговой сети.
6. Особенности фирменной торговли.
7. Раскройте основные торгово-технологические процессы на предприятиях розничной торговли
8. Какими признаками характеризуются форматы магазинов?
9. Какими видами торговых предприятий представлена стационарная торговая сеть?
10. Какие виды внемагазинной торговли вы знаете
11. Чем молл отличается от торгового центра?
12. Равнозначны ли понятия «дом торговли» и «торговый дом»?
13. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных интегрированных структур.
14. Чем отличаются универсальные магазины от магазинов со смешанным ассортиментом?
15. Какими видами торговых предприятий представлена мелкорозничная сеть.

Примеры тем групповых дискуссий:

Темы дискуссий для проведения круглого стола

Тема Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

1. Что представляют собой оптовые рынки?
2. Кто выступает в роли продавцов и покупателей на оптовых рынках?
3. Как организуется продажа товаров на оптовых продовольственных рынках?
4. Охарактеризуйте продажу товаров в мелкооптовом магазине-складе.
5. В чем особенность организации продажи товаров в мелкооптовых магазинах?
6. Ознакомьтесь с организацией продажи товаров на действующем оптовом рынке, в мелкооптовом магазине. Дайте рекомендации по оптимизации работы данного предприятия.
7. На какие части (этапы) можно подразделить коммерческую деятельность по оптовой продаже товаров?
8. Назовите в логической последовательности операции, составляющие содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
9. В чем состоит содержание договора купли-продажи товаров между оптовой фирмой и обслуживаемыми клиентами?
10. Дайте сравнительную характеристику формам и методам оптовой продажи

Деловая игра:

Деловая игра по теме 6: «Организации торговли на оптовых ярмарках»

1.Тема (проблема) Ярмарочная торговля представляет собой кратковременную и периодически повторяющуюся реализацию товаров с последующим совершением актов купли-продажи на основе осмотра и подбора образцов товаров народного потребления.

На основе самостоятельного изучения и анализа торгово-хозяйственной ситуации студенты должны принять решение о необходимости закупок обувных, швейных, текстильных, трикотажных товаров на оптовой ярмарке.

2.Концепция игры

1-й этап. Ознакомление студентов с целями и задачами предстоящего игрового процесса в соответствии с содержанием торгово-хозяйственной ситуации. На данном этапе преподаватель-руководитель игрового процесса разъясняет студентам их цель и задачи в процессе деловой игры.

2-й этап. Для проверки и углубления знаний студентов по теоретическим вопросам организации ярмарочной торговли, которые получены ими на основе усвоения лекционного материала по теме, а также самостоятельного посещения ярмарок и выставок и анализа их работы, можно предусмотреть постановку контрольных вопросов.

Концепция игры заключается в решении торгово-хозяйственной ситуации по организации

оптовых закупок товаров на ярмарке и формировании у студентов практических умений по оформлению необходимой документации на всех этапах коммерческих отношений при оптовых закупках товаров на ярмарках.

3. Роли: Создаются игровые группы студентов:

Первая группа студентов играет роль производственных предприятий (текстильной, кожевенно-обувной, швейной, трикотажной отраслей промышленности), которые в последующем будут поставщиками товаров;

Вторая группа студентов выполняет роль оптовых торговых предприятий-посредников;

Третья группа выступает в роли ярмарочного комитета (выполняют организационную работу по подготовке и проведению ярмарки);

Четвёртая группа студентов имитирует экспертную комиссию (назначается в том случае, если во время функционирования ярмарки проводятся конкурсы, например, конкурс «Лучший отечественный товар, представленный на ярмарке».

В конкурсе оцениваются не отдельные виды товаров, а вся ассортиментная группа, выпускаемая предприятием, конкурентоспособность по потребительским свойствам и цене, стабильность производства и уровень маркетинга.)

Участники деловой игры на всех этапах игрового процесса выполняют определенные функции.

Контрольные вопросы:

1. Какова цель проведения ярмарок?
2. Чем ярмарки отличаются от выставок?
3. Каковы особенности заключения сделок на ярмарках?
4. Какова структура управления ярмарки-выставки, которую Вы посетили?

4. Ожидаемый(е) результат(ы) - проверка и углубление знаний студентов по теоретическим вопросам организации ярмарочной торговли, которые получены ими на основе усвоения лекционного материала по теме, а также самостоятельного посещения ярмарок и выставок и анализа их работы.

Деловая игра по теме 11: «Изучение устройства и технологической планировки магазинов»

1.Тема (проблема)

В ходе практического занятия студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить нормативно-правовую и нормативно-техническую базу, регламентирующую требования к устройству и проектированию магазинов.
2. Ознакомиться с вариантами общих планировок торговых предприятий, расположением основных помещений.
3. Используя ситуационные задачи, на практических примерах закрепить теоретические знания в области рационального построения розничных магазинов (планировка, устройство, расчет торговой и неторговой площади, размещение товаров в торговом зале и др.).

2.Концепция игры

Практическое задание № 1

Анализ размещения предприятий торговли в районах г. Краснодара.

Нарисовать план-схему размещения торговых предприятий своего района проживания (радиус - 10-15 минут ходьбы от дома)

Провести анализ по плану:

- 1.общее количество магазинов - продовольственных; непродовольственных.

Определить типы, специализацию магазинов и соответствие ассортимента и услуг этому типу.

Если, какой-либо магазин не соответствует ни одному изученному Вами типу, указать причину несоответствия.

Ответить на следующие вопросы:

1. Где Ваша семья делает покупки продовольственных, промышленных товаров (одежда, обувь, хозяйственные товары, бытовая техника)?
2. Почему предпочитаете эти магазины?
3. Каких, на Ваш взгляд, торговых предприятий не хватает в Вашем районе?

Практическое задание № 2

Для выполнения задания необходимо предварительное изучение торговой сети центральной части города Краснодара.

Анализ размещения торговой сети в центральной части г. Краснодара

Начертить план - схему расположения торговых предприятий.

Провести анализ по плану:

1. Количество магазинов – общее – продовольственных; непродовольственных

Определить:

1. Тип магазина;
2. Ассортимент;
3. Методы обслуживания;
4. Площадь торгового зала;
5. Наличие дополнительных услуг;
6. Уровень цен.

4. Ожидаемый(е) результат(ы) Сделать выводы.

Темы творческих заданий**Групповые творческие задания (проекты):**

Дидактическая (обучающая, познавательная) игра (в том числе кроссворд) содержит игровую и учебную/воспитательную задачи.

Комплект кроссвордов по закреплению терминов и контролю знаний по дисциплине «Организация и техника торговых процессов»

Кроссворды в сущности своей являются интеллектуальными играми, предназначенными для развития эрудиции, расширения словарного запаса, тренировки запоминания торговой терминологии.

Использование кроссвордов в учебном процессе стимулирует познавательную активность, расширяет кругозор, обогащает лексикон новыми словами, терминами, развивает логическое мышление и память, творческие способности, -повышает профессиональную грамотность, - способствует осуществлению дифференцированного подхода к обучению.

Схема торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия решение кроссвордов

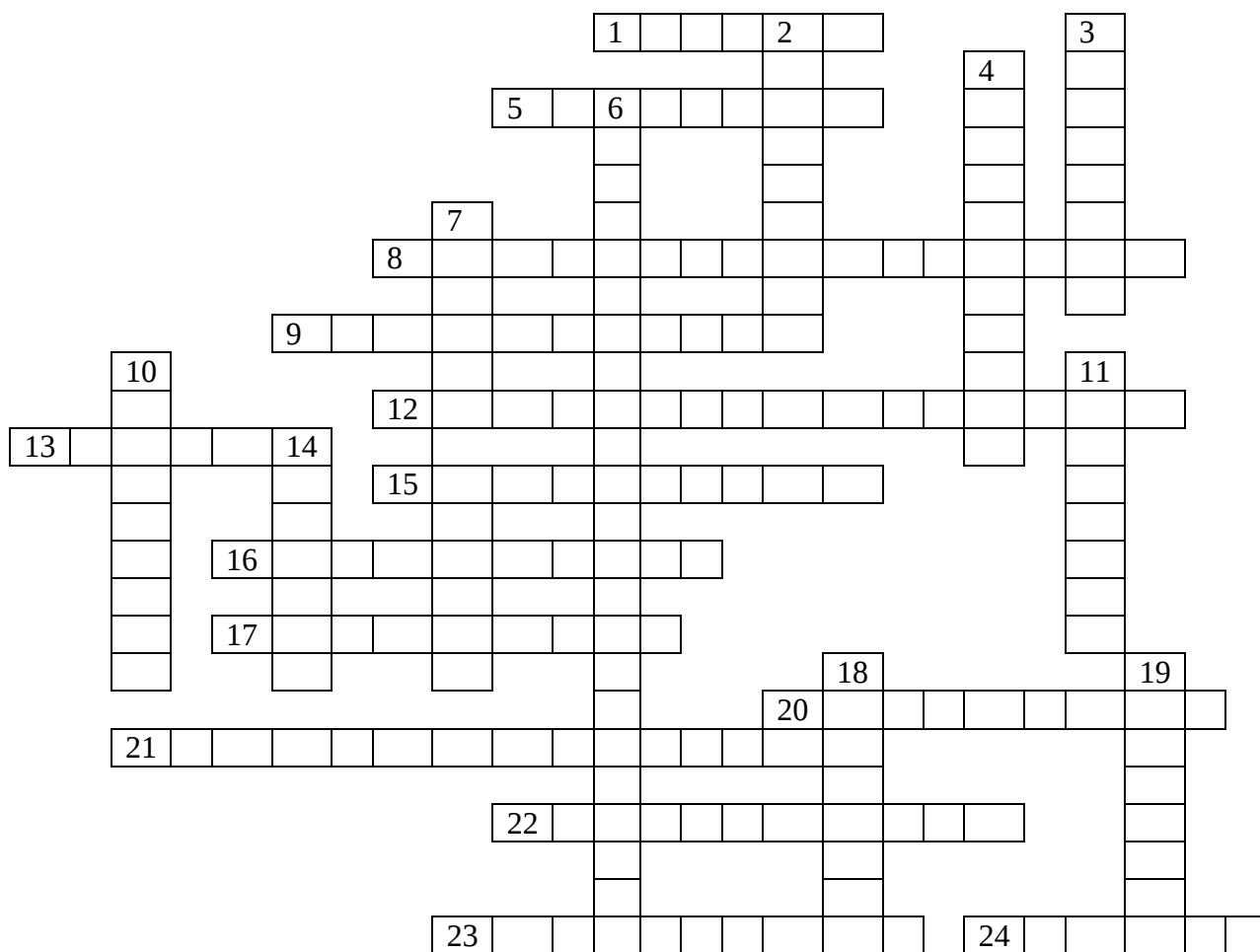
Вопросы-1**По горизонтали:**

1. Рассмотрение одной стороны предложения сделанного другой стороной и ответ на него
5. Система информационного обеспечения в современной торговле.
8. Модель управления торговой сети
9. Планировка торгового зала при которой продажи осуществляются по образцам
12. Современная форма продажи товаров.
13. Для преобразования производственного ассортимента в торговый ассортимент необходимо наличие.
15. Тип магазина, торгующего в розницу по ценам, приближенным к оптовым.
16. Консультирование производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов
17. Торговля, конечная цель которой является продажа товаров конечному потребителю

20. Юридическое (фирма, организация) или физическое лицо, содействующее в совершении какой-либо сделки
21. Один из принципов товароснабжения
22. Принцип товароснабжения
23. Торговля, предполагающая обращение товаров внутри одной страны.
24. Предложение (письменное либо устное) одного лица другому конкретному лицу или лицам заключить гражданско-правовой договор

По вертикали:

2. Документ для досудебного урегулирования споров
3. Модель управления торговой сетью
4. Модель управления торговой сетью
6. Главный показатель эффективности деятельности торгового предприятия
7. Доставка товаров посредством поставщиков
10. Маршрут доставки в несколько точек за один рейс
11. Маршрут при котором доставка осуществляется за 1 рейс в 1 магазин
14. Задача одного из вида торгового обеспечения розничной структуры товародвижения
18. Вид планировки торгового зала
19. Продажа товаров конечному потребителю

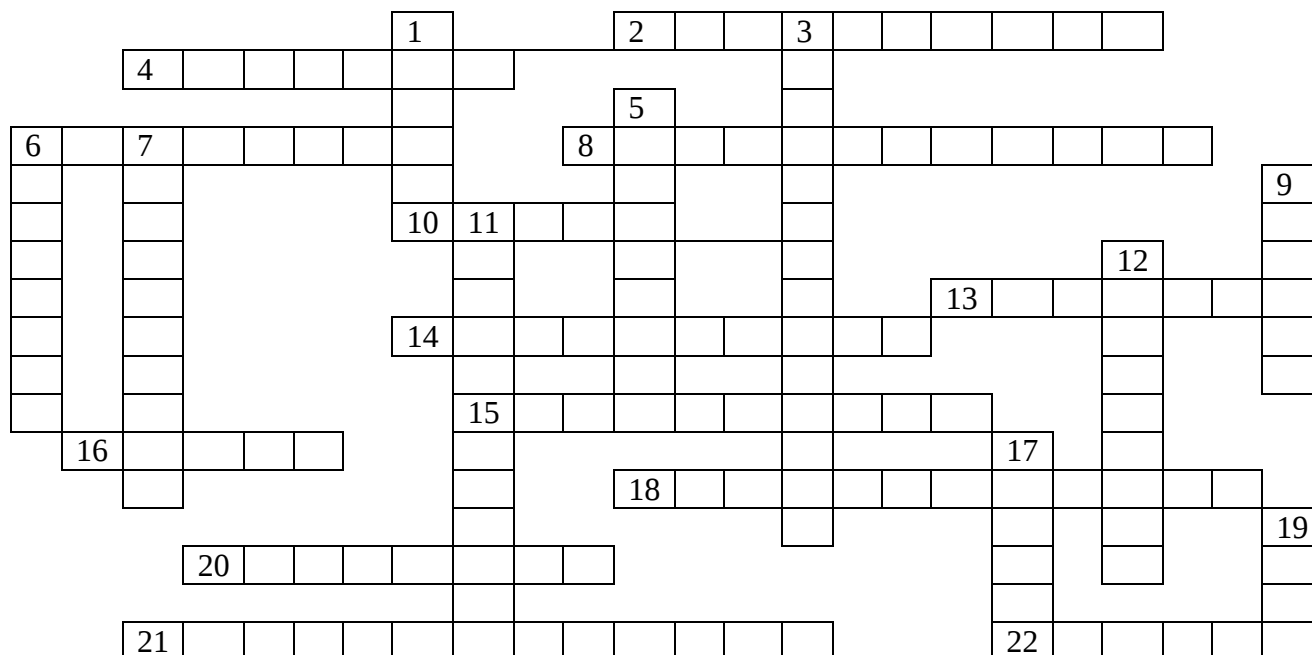


Ответы

1. Акцепт	13. Склад
2. Претензия	14. Оптовой
3. Латочная	15. Дискаунтер

4.Холдинговая	16.Консалтинг
5.Интернет	17.Розничная
6.Товарооборачиваемость	18.Боксовая
7.Централизация	19.Ритейлер
8.Централизованная	20.Посредник
9.Выставочная	21.Планомерность
10.Кольцевой	22.Ритмичность
11.Линейный	23.Внутренняя
12.Самообслуживание	24.Оферта

Вопросы-2



По горизонтали:

2. Какие услуги (компании) среди основных направлений посреднического бизнеса занимают более активную позицию в области предоставления клиентам в аренду технических средств, зданий, сооружений и преимущественно на долговременной основе?
4. На Российском рынке существуют новый класс мелкорозничных торговцев, которые осуществляют непосредственную доставку товаров к конечному потребителю.
6. Агенты, осуществляющие коммерческую деятельность за счет и в интересах другого лица.
8. Договор, предусматривающий обязательства, связанные с достижением коммерческой деятельностью (удовлетворение спроса покупателей, получение прибыли)
10. Что является предметом труда технологических процессов?
13. Соглашение двух или нескольких лиц (сторон) об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.
14. При формировании интерьера торгового зала и магазина учитывают требования...какие?
15. Одна из форм ритейловой торговли?
16. Регулярно функционирующий оптовый рынок товаров, сырья, ценных бумаг?
18. Как называется коэффициент эффективности использования торговой площади?
20. Модель управления, которая основана на полной концентрации управления в центре, практически полное отсутствие правления в магазине.
21. Один из принципов товароснабжения, по которому завоз товаров в магазин должен осуществляться на основе планового графика с учетом ассортиментного профиля.

22. Отношения, установленные во время коммерческой деятельности.

По вертикали:

1. Рассмотрение другой стороной оферты и ее ответ согласия.
3. Одна из основных целей торговых домов.
5. Юридическое или физическое лицо, находящееся между другими контрагентами коммерческого процесса и выявляющие функции их сведения друг с другом для обмена товарами, услугами, информацией.
6. Важная составляющая экономики любого государства, отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, объектом которой является товарообмен.
7. Основной функцией торговли является.
9. Предложение, которое может быть адресовано как одному, так и нескольким юридическим лицам, выражает намерение лица считать себя заключившим договор с адресатом, содержащий условия договора.
11. Что является орудием труда в торговле?
12. В какой торговле, продажа товаров идет к конечному потребителю?
17. Какой документ является основным, регламентирующий коммерческие взаимоотношения в РФ?
19. Один из критериев, по которому покупатель основывается при выборе конкретного магазина

Ответы:

По горизонтали

По вертикали

2-лизинговые	1 - акцепт
4-челноки	3-инвестиционная
6-торговые	6-торговля
8-коммерческий	7-реализация
10-товар	11-оборудование
13-договор	5-посредник
14-эргономика	17-кодекс
15-дискаунтер	12-розничная
16-биржа	9-оферта
18-установочный	19-цена
20-лоточная	
21-планомерность	
22-сделка	

Тематика докладов:

1. Коммерческие риски в торговой деятельности. Методы защиты от рисков.
2. Правовое регулирование торговли.
3. Технология товародвижения. Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения
4. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров
5. Выкладка товаров в торговом зале с позиции мерчандайзинга.
6. Содержание складского технологического процесса и принципы его организации.
7. Особенности устройства и планировки складов. Определение потребности в складской площади
8. Сравнительная характеристика товарищества и общества
9. Характеристика основных форм товародвижения
10. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров

Типовая структура зачетного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
1.Источники закупок и принципы, учитываемые при выборе поставщиков	15
2.Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.	15
3. Тест: Как называют склады, предназначенные для накопления текущих запасов товаров. а) подсортировочно-распределительные б) досрочного завоза в) сезонного хранения г) накопительные	10

Типовая структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
1.Объекты коммерческой деятельности: их характеристика. Услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности.	15
2.Организация торгово-технологическим процессом в магазине, структура, техника и технология управления.	15
3. Тест: 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	10

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

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено», «отлично»	ОПК-1	ОПК-1.2	Знает верно и в полном объеме: принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Умеет верно и в полном объеме: формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата	Продвинутый
			ОПК-1.3	Знает верно и в полном объеме: базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет верно и в полном объеме: применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере	
		ОПК-2	ОПК-2.3	Знает верно и в полном объеме: современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет верно и в полном объеме: проводить систематизацию и обработку информации торгово-экономического характера из открытых источников и интерпретацию полученных результатов	
70 – 84 баллов	«зачтено», «хорошо»	ОПК-1	ОПК-1.2	Знает с незначительными замечаниями: принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Знает с незначительными замечаниями: формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата	Повышенный
			ОПК-1.3	Знает с незначительными замечаниями: базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет с незначительными замечаниями: применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере	
		ОПК-2	ОПК-2.3	Знает с незначительными замечаниями: современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет с незначительными замечаниями: проводить	

				систематизацию и обработку информации торгово-экономического характера из открытых источников и интерпретацию полученных результатов	
50 – 69 баллов	«зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-1	ОПК-1.2	Знает на базовом уровне с ошибками: принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Умеет на базовом уровне с ошибками: формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата	Базовый
			ОПК-1.3	Знает на базовом уровне с ошибками: базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет на базовом уровне с ошибками: применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере	
		ОПК-2	ОПК-2.3	Знает на базовом уровне с ошибками: современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет на базовом уровне с ошибками:	
менее 50 баллов	«не зачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-1	ОПК-1.2	Не знает на базовом уровне: принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Не умеет на базовом уровне: формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата	Компетенции не сформированы
			ОПК-1.3	Не знает на базовом уровне: базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Не умеет на базовом уровне: применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере	
		ОПК-2	ОПК-2.3	Не знает на базовом уровне: современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Не умеет на базовом уровне: проводить систематизацию и обработку информации торгово-экономического характера из открытых источников и интерпретацию полученных результатов	

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 товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.22 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направление подготовки **38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль) программы **«ТОРГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И
МАРКЕТИНГ (ВО ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ)»**

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Цель и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Торговое дело» является обучение студентов основам и базовым понятиям коммерческой деятельности, формирование у студентов мышления и понимания организационных процессов на предприятиях торговли, ознакомление с новейшими достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий товародвижения; приобретение навыков решения задач в области организации торговых процессов, знакомство с целями и задачами современного торгового дела по изучению особенностей и специфики объекта торговой деятельности

Задачи дисциплины

- раскрыть основные принципы принятия экономических решений и научить применять аналитический инструментарий для решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей;
- ознакомить с основными базовыми экономическими моделями, с принципами принятия экономических решений и аналитическим инструментарием с целью использования для решения профессиональных задач;
- раскрыть современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных коммерческих задач, методы анализа показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения;
- раскрыть основные понятия, методы и приемы теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа, социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения, с целью их применения в профессиональной деятельности;
- научить разрабатывать варианты решения проблем на основе критического анализа доступных источников информации, выделить принципы, и критерии суждений и оценок, формировать собственные суждения и оценки, грамотно и логично аргументируя свою точку зрения;
- раскрыть методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики экономических показателей, научить пользоваться источниками информации, критически оценивать их для принятия обоснованных коммерческих решений;
- изучить понятия торгового дела как основной составляющей рыночного обмена, развития экономических отношений, продвижения товаров и услуг и получения прибыли;
- ознакомить с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли;
- сформировать у будущих специалистов знания и практические навыки рациональной организации торгово-технологических процессов в оптовой и розничной торговле;
- изучить особенности организации и управления торговой деятельностью на уровне предприятий оптовой и розничной торговли, освоить новые подходы к созданию современных интегрированных торговых систем;
- изучить особенности реализации основных торговых процедур и операций: установления хозяйственных связей, формирования товарного ассортимента, закупки и реализации товаров и услуг и т.д.;
- ознакомить с системой взаимоотношений с партнерами по бизнесу, анализировать условия и положения договоров с субъектами рыночных отношений;
- научить анализировать эффективность деятельности торговых предприятий, использовать основные методы математического анализа, при решении профессиональных задач.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.
2.	Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли
3.	Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения
4.	Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов
5.	Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики
6.	Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли
7.	Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование
8.	Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.
9.	Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения
10.	Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.
11.	Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов
12.	Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей
Трудоемкость дисциплины составляет 11 з.е. / 396 часов	

Форма контроля – зачет, зачет, экзамен

Составитель:

Н.И.Денисова, доцент кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова