

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 01.10.2024 11:42:06  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a0ac5a11f0c8c3199

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.В.19 ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ**

**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 2021**

**Краснодар – 2021 г.**

Составитель:

К.э.н., доцент  
(ученая степень, ученое звание,  
должность)

А.Ю. Штезель

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного питания  
протокол № 6 от «21» 01. 21 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ .....</b>	<b>4</b>
Цель и задачи освоения дисциплины .....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы .....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	5
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>13</b>
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ .....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	14
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	13
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>13</b>
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....</b>	<b>13</b>
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....</b>	<b>14</b>
<b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>26</b>

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация бизнеса в торговле» является формирование бизнес-мышления и понимания организационных процессов, способности к анализу, оценке и выработке рациональных эффективных решений в процессе профессиональной деятельности, изучение особенностей и специфики объекта торговой деятельности в бизнесе.

Задачи учебной дисциплины «Организация бизнеса в торговле»: изучение роли торговли в общей бизнес-среде, особенностей реализации основных процедур и операций в торговле: анализ, планирование маркетингового исследования конъюнктуры рынка товаров и услуг, выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя), организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов; ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность и развитие собственного дела, формирование практических навыков бизнес-планирования в торговой сфере.

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация бизнеса в торговле», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

### Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	<b>4 ЗЕТ</b>	
Объем дисциплины в акад. часах	<b>144</b>	
Промежуточная аттестация: форма	Экзамен	Экзамен
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:</b>	46	36
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	42	32
• лекции	18	14
• практические занятия	24	18
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	98	108
в том числе:		

• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	32	32
• самостоятельная работа в семестре (СРС)	66	76
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	-	-
• выполнение аналитической записки по темам (разделам) курса	20	26
• написание и презентация реферата и/ или доклада	16	10
• и другие виды работ	30	40

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

<b>Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)</b>	<b>Результаты обучения (знания, умения)</b>
ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	ПК-2.1. 3-1. Знает этику делового общения и правила ведения переговоров
	ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	ПК-2.3. У-1. Умеет организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика
ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	ПК-3.2. У-2. Умеет определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования
	ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	ПК-3.3. У-1. Умеет анализировать текущую рыночную конъюнктуру

**II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций**  
 Для обучающихся очной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость 4 ЗЕТ., академические часы 144,0 часа						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)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг	Всего					
	Семестр 7											
	<b>Раздел 1. Теоретические основы организации бизнеса в торговле</b>											
1.	Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле Понятие и сущность бизнеса в торговле. История отечественного предпринимательства. Цели и задачи предпринимательской деятельности. Основные признаки бизнеса. Особенности предпринимательской деятельности в торговле. Функции предпринимательства. Регулирование торговой деятельности: Федеральный закон № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»	2	2	-	-	8/-	12	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О	Т	Р
2.	Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса в торговле Товар как объект предпринимательской деятельности. Виды товаров и их особенности в сфере товарного обращения. Формирование спроса в торговле. Субъекты предпринимательской деятельности. Типология посредников в торговле. Права предпринимателей. Обязанности предпринимателей.	2	2	-	-	8/-	12	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О.	К	-

3.	Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли Круг взаимоотношений в торговом бизнесе. Взаимоотношения с органами государственной власти, рыночными контрагентами, потребителями и посредниками, сторонними организациями и предприятиями. Исследование рыночной среды. Анализ конкурентных сил отрасли.	4	4	-	-	10/-	18	ПК-3.2.	ПК-3.2. У-2.	О	К	Ан.3
<b>Раздел 2. Организация и планирование бизнеса в торговле</b>												
4.	Тема 4. Порядок организации бизнеса в сфере торговли Выбор и обоснование организационно-правовой формы торгового предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. Классификация организационно-правовых форм и их характеристика: государственные предприятия; муниципальные предприятия; совместные предприятия; унитарные предприятия; единоличные предприятия (индивидуальные, семейные); коллективные (ТО, ООО, АО, кооперативы). Объединения предприятий и их виды: концерны, консорциумы, финансово-промышленные группы, холдинги, корпорации, ассоциации, союзы. Достоинства и недостатки различных организационно-правовых форм. Сферы их применения. Порядок регистрации предприятия.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	К	-
5.	Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле Роль и задачи малого бизнеса в рыночной экономике. Условия для развития малого бизнеса. Наиболее благоприятные сферы деятельности малого бизнеса. Основные достоинства малого бизнеса в рыночной экономике. Понятие малого предприятия. Виды малых предприятий. Субъекты малого предпринимательства. ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». Достоинства и недостатки малых предприятий. Основные причины. Особенности малого бизнеса в России. Маркетинг в малом бизнесе. Государственная поддержка малого бизнеса.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	Т	-

	Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере Задачи, решаемые с помощью бизнес-плана в торговой организации. Функции бизнес-планирования в предпринимательстве. Принципы планирования. Состав и степень детализации бизнес-плана. Основные цели разработки бизнес-плана. Назначение бизнес-плана. Порядок разработки бизнес-плана и требования к нему. Разделы бизнес-плана, их содержание. Порядок разработки производственного плана, плана маркетинга, организационного плана.	4	4	-	-	10/-	18	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О	Р.а.з	Ан.з.
6.	Тема 7. Организация и развитие собственного дела Общие условия создания собственного дела. Предпринимательская идея и её выбор. Формы организации бизнеса. Сущность, формы и виды лизинга. Франчайзинг – как форма организации бизнеса. Порядок создания предприятия и его регистрация. Роль переговоров в торговой деятельности. Методы ведения переговоров. Функции договора в экономической сфере. Виды договоров в торговле. Требования к содержанию договора. Основные части договора. Порядок их оформления.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	Т К	Р
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-	- /2	-	-	-	-	-
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-	- /2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРЭж)	-	-	-	-	-	- /32	-	-	-	-	-
	<b>Итого</b>	18	24	-	-	66	144	-	-	-	-	-

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

**Опрос (О.)**

**Формы текущего контроля:**

**Тест (Т.)**

**Кейс (К.)**

**Расчетно-аналитические задания (р.а.з)**

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

**Аналитическая записка (Ан.з.)**

**Реферат (Р)**

Для обучающихся очно-заочной формы обучения

Таблица 3.1

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость 4 ЗЕТ., академические часы 144,0 часа						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)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Кагтэк, Катт	Всего					
Семестр 8												
<b>Раздел 1. Теоретические основы организации бизнеса в торговле</b>												
1.	Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле Понятие и сущность бизнеса в торговле. История отечественного предпринимательства. Цели и задачи предпринимательской деятельности. Основные признаки бизнеса. Особенности предпринимательской деятельности в торговле. Функции предпринимательства. Регулирование торговой деятельности: Федеральный закон № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»	2	2	-	-	10/-	14	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О	Т	Р
2.	Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса в торговле Товар как объект предпринимательской деятельности. Виды товаров и их особенности в сфере товарного обращения. Формирование спроса в торговле. Субъекты предпринимательской деятельности. Типология посредников в торговле. Права предпринимателей. Обязанности предпринимателей.	2	2	-	-	10/-	14	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О.	К	-

3.	Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли Круг взаимоотношений в торговом бизнесе. Взаимоотношения с органами государственной власти, рыночными контрагентами, потребителями и посредниками, сторонними организациями и предприятиями. Исследование рыночной среды. Анализ конкурентных сил отрасли.	2	2	-	-	12/-	16	ПК-3.2.	ПК-3.2. У-2.	О	К	Ан.з
<b>Раздел 2. Организация и планирование бизнеса в торговле</b>												
4.	Тема 4. Порядок организации бизнеса в сфере торговли Выбор и обоснование организационно-правовой формы торгового предприятия. Организационно-правовые формы предприятий. Классификация организационно-правовых форм и их характеристика: государственные предприятия; муниципальные предприятия; совместные предприятия; унитарные предприятия; единоличные предприятия (индивидуальные, семейные); коллективные (ТО, ООО, АО, кооперативы). Объединения предприятий и их виды: концерны, консорциумы, финансово-промышленные группы, холдинги, корпорации, ассоциации, союзы. Достоинства и недостатки различных организационно-правовых форм. Сферы их применения. Порядок регистрации предприятия.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	К	Ан.з.
5.	Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле Роль и задачи малого бизнеса в рыночной экономике. Условия для развития малого бизнеса. Наиболее благоприятные сферы деятельности малого бизнеса. Основные достоинства малого бизнеса в рыночной экономике. Понятие малого предприятия. Виды малых предприятий. Субъекты малого предпринимательства. ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». Достоинства и недостатки малых предприятий. Основные причины. Особенности малого бизнеса в России. Маркетинг в малом бизнесе. Государственная поддержка малого бизнеса.	2	2	-	-	12/-	16	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	Т	-

	Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере Задачи, решаемые с помощью бизнес-плана в торговой организации. Функции бизнес-планирования в предпринимательстве. Принципы планирования. Состав и степень детализации бизнес-плана. Основные цели разработки бизнес-плана. Назначение бизнес-плана. Порядок разработки бизнес-плана и требования к нему. Разделы бизнес-плана, их содержание. Порядок разработки производственного плана, плана маркетинга, организационного плана.	2	4	-	-	12/-	18	ПК-3.3.	ПК-3.3. У-1.	О	р.а.з.	Ан.з.
6.	Тема 7. Организация и развитие собственного дела Общие условия создания собственного дела. Предпринимательская идея и её выбор. Формы организации бизнеса. Сущность, формы и виды лизинга. Франчайзинг – как форма организации бизнеса. Порядок создания предприятия и его регистрация. Роль переговоров в торговой деятельности. Методы ведения переговоров. Функции договора в экономической сфере. Виды договоров в торговле. Требования к содержанию договора. Основные части договора. Порядок их оформления.	2	2	-	-	10/-	14	ПК-2.1. ПК-2.3.	ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	Т К	Р
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-	- /2	-	-	-	-	-
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-	- /2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРЭК)	-	-	-	-	-	- /32	-	-	-	-	-
	<b>Итого</b>	14	18	-	-	76	144	-	-	-	-	-

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

**Опрос (О.)**

**Формы текущего контроля:**

**Тест (Т.)**

**Кейс (К.)**

**Расчетно-аналитические задания (р.а.з)**

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

**Аналитическая записка (Ан.з.)**

**Реферат (Р)**

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература

1. Предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста. — Изд. испр. — М.: ИНФРА-М, 2023. — 384 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006602-8. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=422657>
2. Яковлев Г.А. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие / Г.А. Яковлева.—2 изд. - Москва: ИНФРА-М, 2022. — 313 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=398605>

##### Дополнительная литература:

1. Ларионов И.К. Предпринимательство. Учебник: ВО – Магистратура / И.К. Ларионов. М.: ИТК: Дашков и Ко, 2022. – 190 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=431807>
2. Предпринимательство: учебник под. ред. д.экон.наук Н.Н. Ползуновой, д. экон. наук Н.В. Родионовой. — М.: ИНФРА-М, 2023. — 413 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=430443>
3. Резник С.Д. Основы предпринимательской деятельности. Учебник. ВО – Бакалавриат / С.Д. Резник, А.А. Глухова, А.Е. Черницов. **ИНФРА-М**, 2020. – 287 с. <https://znanium.com/read?id=356191>

##### Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ. Принят Государственной Думой 18 декабря 2009 года. Одобрен Советом Федерации 25 декабря 2009 года. ред. от 29.08.2018. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)
2. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 августа 2013 г. N 582-ст) (с изменениями и дополнениями) <https://base.garant.ru/70795476/>

##### ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <https://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система Гарант.

##### ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования [elibrary.ru](http://elibrary.ru) <http://elibrary.ru>
2. Статистическая база данных по российской экономике <http://www.gks.ru>
3. [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России

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

1. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>
2. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <https://eios.reakf.ru/>
4. Росбизнесконсалтинг -<http://www.rbc.ru>
5. Корпоративные финансы. Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы, журналы и книги, бизнес-планы реальных предприятий, программы инвестиционного анализа и управления проектами, маркетинг и реклама.- <http://cfin.ru/>
6. Издательская группа «Дело и Сервис». Электронные версии журналов.-

<http://www.dis.ru>

7. Портал поддержки малого и среднего бизнеса: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/>
8. Большой портал для малого бизнеса: <https://www.business.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 прикладных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса
4. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adope Reader»

### **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Маркетинг-менеджмент» 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:**

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

## **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

- Методические указания по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.
- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
- Положение об учебно-исследовательской работе студентов

## **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 «Организация бизнеса в торговле» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

<b>Виды работ</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
-------------------	---------------------------------------

Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

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/проектов*

Курсовая работа по дисциплине «Организация бизнеса в торговле» учебным планом не предусмотрена

### *Перечень вопросов к экзамену:*

1. Сущность посреднического предпринимательства.
2. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности
3. Бизнес-среда предпринимательской деятельности.
4. Конкурентные стратегии предпринимательской деятельности.
5. Управление рисками в предпринимательстве
6. Классификация предпринимательской деятельности.
7. Законодательство РФ, регулирующее предпринимательскую деятельность.
8. Конкурентоспособность предпринимательских структур
9. Рынок - среда существования предпринимательской деятельности. Элементы и типология рынков
10. Коммерческая информация в предпринимательстве и способы ее защиты
11. Методы маркетинговых исследований рынка и бизнеса.
12. Этапы развития предпринимательства в России.
13. Критерии и показатели эффективности предпринимательского проекта
14. Хозяйственные товарищества.
15. Хозяйственные общества.
16. Анализ хозяйственной деятельности предпринимательской структуры
17. Системы налогообложения предпринимательства в России
18. Субъекты предпринимательской деятельности.
19. Права и обязанности предпринимателей.

20. Объекты предпринимательской деятельности. Виды товаров и их особенности.
21. Основные организационно - правовые формы предпринимательской деятельности.
22. Бизнес-идея и цель создания собственного дела.
23. Цель, задачи бизнес-плана.
24. Методы генерации бизнес-идеи
25. Структура и содержание бизнес- плана.
26. Методика разработки раздела «Организационный план» в бизнес-плане
27. Этапы создания собственного дела.
28. Порядок образования предприятия и выбор его организационно-правовой формы.
29. Функции предпринимательства.
30. Цели, задачи и признаки предпринимательской деятельности.
31. Предпринимательская идея и ее жизненный цикл
32. Содержание консультационного предпринимательства.
33. Некоммерческие объединения - ассоциации, союзы.
34. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды
35. Содержание производственного предпринимательства.
36. Содержание коммерческо-торгового предпринимательства.
37. Содержание финансово-кредитного предпринимательства.
38. Предпринимательский риск: сущность, классификация, меры по снижению
39. Бизнес-модели предпринимательских структур
40. Организация лизинговых операций.
41. Франчайзинговые компании: понятие, виды и особенности ведения бизнеса.
42. Методы оценки предпринимательского риска
43. Порядок ликвидации юридического лица
44. Инновационная деятельность предприятия.
45. Основные формы объединения коммерческих предприятий
46. Инвестиционные проекты в сфере предпринимательства
47. Сущность и классификация инноваций в предпринимательстве
48. Типология организационных структур бизнеса
49. Маржинальный анализ как инструмент управления финансовыми результатами субъекта предпринимательства
50. Методика разработки раздела «Финансовый план» в бизнес-плане
51. Определение стратегии ценообразования в бизнес-плане
52. Маркетинговый раздел бизнес-плана и его содержание
53. Факторинг, его сущность и значение для предпринимателей. Порядок заключения факторингового договора
54. Особенности бизнес- стратегии малых фирм.
55. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
56. Производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.
57. Характеристика акционерных обществ
58. Потребительские кооперативы – субъект предпринимательской деятельности
59. Стратегическое и тактическое планирование бизнеса
60. Основные показатели эффективности бизнес- проекта (чистый приведенный доход, индекс прибыльности, срок окупаемости)
61. Стратегии вертикальной интеграции в бизнесе.
62. Лицензирование отдельных видов деятельности, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями
63. Поглощения и слияния как инструмент развития бизнеса
64. Оценка конкурентоспособности предпринимательских структур
65. Позиционные стратегии участников рынка
66. Процесс управления маркетингом в предпринимательстве

67. Классификация предпринимательских решений
68. Слияние, поглощение, разделение, выделение, преобразование юридического лица
69. Система целей бизнеса. Структуризация дерева целей.
70. Реинжиниринг в различных областях ведения бизнеса
71. Развитие рынка услуг аутсорсинга и аутстаффинга в практике предпринимательства
72. Оценка инвестиционной привлекательности бизнес-проекта

### ***Типовые практические задания к экзамену***

1. Индивидуальный предприниматель (зарегистрирован в г. Краснодаре), использующий наемный труд (трое наемных работников), оказывает автотранспортные услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом. Количество автотранспортных средств предпринимателя, используемых для перевозки грузов, составляет 3 единицы. Рассчитайте сумму патента за год к уплате в бюджет.

2. Трое друзей решили зарегистрировать организацию. Один из них собирается участвовать в деятельности этой организации, а двое других – не собираются. Предполагаемая сфера деятельности организации связана с высокими затратами ресурсов, поэтому предприниматели заинтересованы в привлечении больших объемов финансовых средств. В случае провала все предприниматели, естественно, не хотели бы потерять все свое имущество. Вопрос. Какую организационно-правовую форму им стоит выбрать? Обоснуйте ответ с опорой на законодательство РФ, регулирующее предпринимательскую деятельность.

3. В июне предприятие «Х» изготовило 5000 изделий по цене 1800 руб. за каждое. Общие постоянные расходы предприятия составили 1 200 000 руб. Удельные переменные расходы – 1200 руб./изд. В июле по сравнению с июнем было запланировано увеличение прибыли на 10 %. Каков должен быть дополнительный объем реализованной продукции, чтобы обеспечить достижение запланированного уровня прибыли?

### ***Типовые тестовые задания:***

#### ***Тесты для контроля знаний***

1. К основным признакам предпринимательства относится все за исключением:
  - а) ориентация на получение прибыли;
  - б) готовность идти на любой риск ради получения результата;
  - в) материальная ответственность за результаты своих действий.
  - г) стремление к новациям и нововведениям.
2. К основным формам экономической деятельности можно отнести:
  - а) предпринимателя;
  - б) домашнюю хозяйку;
  - в) учителя в школе;
  - г) верно все перечисленное.
3. К сильным сторонам индивидуального предпринимателя можно отнести все за исключением:
  - а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
  - б) специализация управленческой деятельности;
  - в) принятие на себя риска ведения дел;
  - г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;
4. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:
  - а) в появлении и развитии функций бизнеса;
  - б) в полной независимости от государства;
  - в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
  - г) верно все выше перечисленное.
5. К основным элементам бизнес операции относят:

- а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
- б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
- в) организацию производства и реализации продукции;
- г) верно все выше перечисленное.

**Типовые кейс-ситуации:**

**Тема 2 «Объекты и субъекты бизнеса в торговле»**

Цель – кейса - приобретение опыта профессиональной аргументации собственного мнения в результате применения стратегий сбыта для решения конкретных бизнес- задач предприятия. Оценка поставщика. Произведите оценку нескольких поставщиков материальных ресурсов действующей компании. Для этой цели используйте стандарт рейтинговой оценки поставщика, в котором выделяются разделы (см. методические указания по выполнению практических работ с использованием инновационных методов обучения). Для каждого раздела устанавливается свой вес (по 10- балльной шкале) в зависимости от его важности для компании-закупщика. Индивидуальные факторы в рассматриваемых разделах оцениваются по 4-балльной шкале, общая оценка по разделу получается путем сложения пофакторных оценок. Рейтинговая оценка по разделу получается путем умножения суммы пофакторных оценок раздела на его вес. Общий рейтинг компании получается путем сложения рейтинговых оценок по разделам.

Подготовьте отчет о рейтинговой оценке поставщика. Разработайте мероприятия по совершенствованию деятельности субъекта бизнеса.

Компания \_\_\_\_\_

Общий рейтинг \_\_\_\_\_

**Примеры вопросов для опроса:**

**Вопросы для устного опроса (тема 1)**

1. Что понимается под предпринимательством?
2. Какие условия нужны для развития предпринимательской деятельности?
3. Охарактеризуйте основные задачи бизнеса в торговле?
4. Каковы цели предпринимательской деятельности?
5. Охарактеризуйте основные принципы предпринимательской деятельности?
6. Дайте определение сущности ПУД в соответствии с ГК РФ.
7. Назовите функции предпринимательства и дайте им характеристику.

**Тематика аналитических записок (раздел 1,2):**

1. Анализ предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России
2. Анализ рынков сбыта, конкурентов и положения компании на рынке
3. Аналитическая записка перспективам развития бизнеса в России
4. Аналитическая записка по проблемам развития социальной ответственности бизнеса
5. Анализ интеграционных взаимодействий представителей бизнеса
6. Аналитическая записка «Современные формы организации бизнеса в сфере торговли»

**Тематика рефератов и докладов (тема 7)**

1. Общие условия создания собственного дела.
2. Предпринимательская идея и её выбор.
3. Формы организации бизнеса.
4. Франчайзинг – как форма организации бизнеса.
5. Выбор организационно-правовой формы для ведения бизнеса: коммерческие и некоммерческие организации.
6. Порядок создания предприятия и его регистрация.

### **Примеры расчетно-аналитических заданий (тема 6)**

1. Предприятие производит продукцию одного наименования. Цена продукта для потребителей составляет 230 руб. за единицу. Переменные расходы на единицу продукции составляют 180 руб. Общая величина постоянных расходов – 300 000 руб., из которых половину составляет арендная плата.

При увеличении стоимости аренды на 10%, на сколько единиц продукции необходимо увеличить продажи, чтобы достигнуть точки безубыточности?

2. Предприятие производит продукцию одного наименования. Рыночная цена на аналогичную продукцию составляет 210 руб. Производственные мощности предприятия ограничены и максимальный выпуск продукции составляет 200 единиц. Переменные расходы на единицу продукции составляют 120 руб. Общая величина постоянных расходов – 25 000 руб.

Сможет ли предприятие установить на продукцию конкурентоспособную цену?

3. На разработку нового продукта компания потратила 500.000 руб. Ежемесячные расходы на рекламу и продвижение продукта составляют 80.000 и 25.000 руб. соответственно. Жизненный цикл продукта составляет 5 лет. В течение первого года с момента начала продаж компании удалось привлечь 270 новых клиентов. Рассчитайте стоимость привлечения одного клиента за первый год продаж продукта.

4. Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте среднегодовую стоимость основных производственных фондов.

5. Фирма запустила в продажу новый продукт. Ежемесячная стоимость привлечения покупателей для этого продукта составляет 3000 руб. Ежегодная прибыль, которую приносит каждый покупатель составляет 80000 руб. Исходя из опыта прошлых лет, руководство компании считает, что коэффициент удержания клиентов составит 86%. Рассчитайте пожизненную ценность клиента.

### **Типовая структура экзаменационного билета**

<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<i>Вопрос 1.</i> Функции предпринимательства	15
<i>Вопрос 2.</i> Организация лизинговых операций	15
<i>Практическое задание</i> Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?	10

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

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> этику делового общения и правила ведения переговоров	<b>Продвинутый</b>
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> этику делового общения и правила ведения переговоров	<b>Повышенный</b>
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	

			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
<b>50 – 69 баллов</b>	<b>«удовлетворительно»</b>	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> этику делового общения и правила ведения переговоров	<b>Базовый</b>
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
			ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
<b>менее 50 баллов</b>	<b>«неудовлетворительно»</b>	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Не знает на базовом уровне:</b> этику делового общения и правила ведения переговоров	<b>Компетенции не сформированы</b>
				<b>Не умеет на базовом уровне:</b> организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	

			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> анализировать текущую рыночную конъюнктуру	

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.В.19 ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ**

Направление подготовки **38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

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

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2023 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Организация бизнеса в торговле» является формирование бизнес-мышления и понимания организационных процессов, способности к анализу, оценке и выработке рациональных эффективных решений в процессе профессиональной деятельности, изучение особенностей и специфики объекта торговой деятельности в бизнесе.

Задачи учебной дисциплины «Организация бизнеса в торговле»: изучение роли торговли в общей бизнес-среде, особенностей реализации основных процедур и операций в торговле: анализ, планирование маркетингового исследования конъюнктуры рынка товаров и услуг, выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя), организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов; ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность и развитие собственного дела, формирование практических навыков бизнес-планирования в торговой сфере.

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	<b>Раздел 1. Теоретические основы организации бизнеса в торговле</b>
2.	Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле
3.	Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса в торговле
4.	Тема 3. Бизнес-среда предприятия торговли
5.	<b>Раздел 2. Организация и планирование бизнеса в торговле</b>
6.	Тема 4. Порядок организации бизнеса в сфере торговли
7.	Тема 5. Организация бизнеса малого предприятия в торговле
8.	Тема 6. Бизнес-планирование в торговой сфере
9.	Тема 7. Организация и развитие собственного дела
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа</b>	

**Форма контроля – экзамен**

### **Составитель:**

Доцент кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

А.Ю. Штезель