

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 01.10.2024 11:51:26

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6abac3af10cc5199

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 торговли и общественного питания**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.22 Оптово-посреднические операции**

**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 2022**

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

к.э.н., доцент, доцент кафедры  
торговли и общественного  
питания

З.Х. Моламусов

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного  
питания

протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ</b> .....	4
Цель и задачи освоения дисциплины.....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	5
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	6
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	7
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	15
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	15
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	16
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	18
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ</b> .....	18
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b> .....	18
<b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	28

## **I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **Цель и задачи освоения дисциплины**

**Целью** учебной дисциплины «Оптово-посреднические операции» является приобретение основы знаний в области проведения оптово-посреднических операций предприятиями различных типов. Данные знания позволят принимать эффективные управленческие решения в области построения и ведения торгового бизнеса.

**Задачами** учебной дисциплины «Оптово-посреднические операции» являются:

- организация на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг (ПК-1.1);
- организация и утверждение плана закупок и плана-графика (ПК-1.2);
- осуществление обработки, формирования, хранения данных (ПК-1.3);
- выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя) (ПК-2.1);
- ведение и согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика (ПК-2.2);
- организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов (ПК-2.3).

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Оптово-посреднические операции», относится к части учебного плана формируемая участниками образовательных отношений.

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная*
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ		
Объем дисциплины в акад. часах	108		
Промежуточная аттестация: форма	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	-
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:</b>	42	26	-
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	40	24	-
- лекции	18	10	-
- практические занятия	22	14	-
- лабораторные занятия	-	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	-	-	-
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	66	82	-
в том числе:			
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	66	82	-
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	-	-	-
• изучение ЭОР (при наличии)	-	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-	-

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-1. Готов составлять планы и обоснования закупок.	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупки консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	ПК-1.1. З-1. Знает требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства
	ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	ПК-1.2. З-1. Знает особенности составления закупочной документации ПК-1.2. У-1. Умеет подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения
	ПК-1.3. Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	ПК-1.3. У-1. Умеет обрабатывать и хранить данные
ПК-2. Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	ПК-2.1. З-1. Знает этику делового общения и правила ведения переговоров
	ПК-2.2. Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика	ПК-2.2. З-1. Знает порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам
	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

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций 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
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катэк. Катг	Всего					
<b>Семестр 5</b>												
1.	Тема 1. Понятие и содержание оптовой торговли  Организация товародвижения в сфере обращения. Современные взгляды на оптовую торговлю как объект логистики. Функции управления товародвижением на предприятии оптовой торговли. Планирование хозяйственной деятельности оптовой фирмы.	2	2	-	-	8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р.

2.	<p>Тема 2. Организация формирования заказов потребителей</p> <p>Подготовка потребителем заказа на поставку товаров. Способы передачи заказа. Способы расчета потребителями за товары и кредитование потребителей. Определение стоимости заказа. Документирование деятельности по приему и обработке заказов</p>	2	2	-	-	8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Дис.	-	Р. .
3.	<p>Тема 3. Организация закупочной и снабженческой деятельности</p> <p>Содержание работ по закупке товаров предприятием оптовой торговли. Материальное обеспечение предприятия оптовой торговли. Факторы, влияющие на планирование закупок. Организация работы отдела закупок и его функции. Формирование заказов на закупку товаров. Организация доставки товаров от поставщика на склад. Организация приемки закупленного товара на склад.</p>	4	4	-	-	8/-	16	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р. .
4.	<p>Тема 4. Организация продаж оптового предприятия</p> <p>Содержание работ по выполнению заказов товарополучателей. Организация работ по продаже товаров со склада. Организация внешних продаж.</p>	2	2	-	-	8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Р.а.з	-	Р
5.	<p>Тема 5. Управление ценообразованием оптового предприятия</p> <p>Планирование финансовой деятельности предприятия оптовой торговли. Способы установления цен предприятием оптовой торговли, факторы, влияющие на ценообразования оптовой фирмы.</p>	2	4	-	-	8/-	14	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р.



6.	<p>Тема 6. Понятие и сущность посреднической деятельности. Формы посреднической деятельности</p> <p>Понятие посреднической деятельности. Субъекты и объекты посреднической деятельности. Цели посреднической деятельности. Классификация посреднических структур. Производительная и посредническая предпринимательская деятельность. Каналы распределения товаров при использовании посредников. Спекуляция как специфическая форма посреднических операций. Понятие агента и принципала. Типы агентов. Правовая основа осуществления агентских функций. Совпадение экономических интересов агента и принципала. Комиссия. Операции консигнации.</p>	2	4	-	-	8/-	14	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Р.а.з	-	Р
7	<p>Тема 7. Торговые формы посредничества. Документальное оформление посреднической деятельности</p> <p>Посылторговое посредничество. Торговое представительство. Коммивояжерство. Аукционерство. Оптовый дистрибьютор. Дилер. Торговый маклер. Договор. Функции посреднического договора. Предмет договора. Форма заключения договора. Надлежащее и реальное исполнение обязательств по договору.</p>	2	2			8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О	Т	Р

8	Тема 8. Особенности соглашений с различными типами посредников  Особенности и сфера применения посреднических договоров. Особенности заключения договоров с различными типами посредников: торговым представителем, агентом, комиссионером, поверенным	2	2			10/-	14	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. <b>Р.а.з</b>	К/р	Р
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	<b>Итого</b>	18	22	-	-	68	108					

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), расчетно-аналитическое задание (Р.а.з)

**Формы текущего контроля:**

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р)

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

Реферат (Р)

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций студентов очно-заочной 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
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катт	Всего					
<b>Семестр 7</b>												
1.	Тема 1. Понятие и содержание оптовой торговли  Организация товародвижения в сфере обращения. Современные взгляды на оптовую торговлю как объект логистики. Функции управления товародвижением на предприятии оптовой торговли. Планирование хозяйственной деятельности оптовой фирмы.	1	1	-	-	10/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р.
2.	Тема 2. Организация формирования заказов потребителей  Подготовка потребителем заказа на поставку товаров. Способы передачи заказа. Способы расчета потребителями за товары и кредитование потребителей. Определение стоимости заказа. Документирование деятельности по приему и обработке заказов	1	1	-	-	10/-	12	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Дис.	-	Р. .

3.	<p>Тема 3. Организация закупочной и снабженческой деятельности</p> <p>Содержание работ по закупке товаров предприятием оптовой торговли. Материальное обеспечение предприятия оптовой торговли. Факторы, влияющие на планирование закупок. Организация работы отдела закупок и его функции. Формирование заказов на закупку товаров. Организация доставки товаров от поставщика на склад. Организация приемки закупленного товара на склад.</p>	1	2	-	-	10/-	13	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р.
4.	<p>Тема 4. Организация продаж оптового предприятия</p> <p>Содержание работ по выполнению заказов товарополучателей. Организация работ по продаже товаров со склада. Организация внешних продаж.</p>	1	2	-	-	10/-	13	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Р.а.з	-	Р
5.	<p>Тема 5. Управление ценообразованием оптового предприятия</p> <p>Планирование финансовой деятельности предприятия оптовой торговли. Способы установления цен предприятием оптовой торговли, факторы, влияющие на ценообразования оптовой фирмы.</p>	1	2	-	-	10/-	13/-	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О.	-	Р.

6.	<p>Тема 6. Понятие и сущность посреднической деятельности. Формы посреднической деятельности</p> <p>Понятие посреднической деятельности. Субъекты и объекты посреднической деятельности. Цели посреднической деятельности. Классификация посреднических структур. Производительная и посредническая предпринимательская деятельность. Каналы распределения товаров при использовании посредников. Спекуляция как специфическая форма посреднических операций. Понятие агента и принципала. Типы агентов. Правовая основа осуществления агентских функций. Совпадение экономических интересов агента и принципала. Комиссия. Операции консигнации.</p>	1	2	-	-	10/-	13	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Р.а.з	-	Р
7	<p>Тема 7. Торговые формы посредничества. Документальное оформление посреднической деятельности</p> <p>Посылторговое посредничество. Торговое представительство. Коммивояжерство. Аукционерство. Оптовый дистрибьютор. Дилер. Торговый маклер. Договор. Функции посреднического договора. Предмет договора. Форма заключения договора. Надлежащее и реальное исполнение обязательств по договору.</p>	2	2			10	14	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О	Т	Р

8	Тема 8. Особенности соглашений с различными типами посредников  Особенности и сфера применения посреднических договоров. Особенности заключения договоров с различными типами посредников: торговым представителем, агентом, комиссионером, поверенным	2	2			12/-	16	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.2. 3-1, У-1. ПК-1.3. У-1. ПК-2.1. 3-1. ПК-2.2. 3-1. ПК-2.3. У-1.	О. Р.а.з	К/р	Р
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	<b>Итого</b>	10	14	-	-	84	108					

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), расчетно-аналитическое задание (Р.а.з)

**Формы текущего контроля:**

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р)

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

Реферат (Р)

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

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература:

1. Баженов Ю.К. Коммерческая деятельность: Учебник / Ю.К. Баженов, А.Ю. Баженов. М.: Дашков и К, 2023. - 286 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=431459>
2. Дашков П.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Солдатова Н.Ф., М.: Дашков и К, 2022. - 212 с.: - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=421525>
3. Иванов Г.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов Г.Г., Холин Е.С. - М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М, 2024. - 384 с.: - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=435967>

##### Дополнительная литература:

1. Денисова Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. Изд. МАГИСТР, 2022. – 480 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=399595>
2. Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. Изд. МАГИСТР, 2020. – 384 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=354919>
3. Осипов, В. И. Контроль и аудит деятельности коммерческой организации: внешний и внутренний : учебное пособие / В.И. Осипов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 221 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=445978>
4. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность: учебник / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2022. - 212 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=421525>

##### Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). - <http://ivo.garant.ru/#/basesearch/Закон о торговле:0>
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). - <http://ivo.garant.ru/#/basesearch/ГОСТЫ торговля:3>
3. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51773-2009 "Услуги торговли. Классификация предприятий торговли" (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. N 771-ст) - <http://ivo.garant.ru/#/basesearch/ГОСТЫ торговля:3>
4. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51304-2009 "Услуги торговли. Общие требования" (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. N 769-ст). – <http://ivo.garant.ru/#/basesearch/ГОСТЫ торговля:3>
5. 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. N 230-ФЗ – <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8>

#### ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно - правовая система «Гарант»

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. [www.minpromtorg.gov.ru](http://www.minpromtorg.gov.ru) – Базы данных Министерства промышленности и торговли РФ
3. [www.rosпотребнадзор.ru](http://www.rosпотребнадзор.ru) – официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)

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

1. <http://www.rbc.ru> – Росбизнесконсалтинг
2. <http://www.retail.ru> – Ритейдеру и поставщику
3. <http://www.retailer.ru> - Ритейлнавигатор
4. Поисковые системы Yandex, Google, и др.

## **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 «**Оптово-посреднические операции**» 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, презентационным оборудованием

**для самостоятельной работы:**

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



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

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.

#### 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 «**Оптово-посреднические операции**» 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/зачет)	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».

**Курсовая работа учебным планом не запланирована**

**Перечень вопросов к экзамену:**

Номер вопроса	Перечень вопросов к экзамену

1.	Анализ финансовой деятельности фирмы-оптовика
2.	Время товарного обращения, факторы, его определяющие. Пути ускорения оборачиваемости товаров
3.	Издержки обращения предприятия оптовой торговли, их классификация
4.	Логистика в оптовой торговле
5.	Маркетинг в оптовой торговле
6.	Планирование хозяйственной деятельности фирмы-оптовика
7.	Нормирование товарных запасов торгового предприятия
8.	Оборотные средства предприятий оптовой торговли, их состав, структура, источники образования
9.	Основные направления использования прибыли предприятия. Виды прибыли
10.	Основные показатели эффективности деятельности оптового предприятия
11.	Показатели эффективности использования основных фондов предприятия оптовой торговли.
12.	Показатели эффективности использования оборотных средств предприятия оптовой торговли.
13.	Рыночная цена, виды цен и способы их определения
14.	Управление запасами и инвентаризация запасов предприятия оптовой торговли
15.	Формы и системы оплаты труда, используемые на предприятиях торговли
16.	Управление товародвижением на предприятии оптовой торговли
17.	Виды торговых посредников и типы агентов
18.	Комиссия. Операции консигнации
19.	Дистрибьюторство. Каналы распределения товаров
20.	Дилерство. Торговое маклерство
21.	Посылторговое посредничество. Коммивояжерство
22.	Понятие и виды бирж
23.	Формы сделок и посредники на товарных биржах
24.	Виды и функции посреднических договоров. Существенные условия договора
25.	Предмет договора. Исполнение обязательств по договору
26.	Способы обеспечения обязательств.
27.	Управление закупочно-снабженческими процессами
28.	Технологический процесс отгрузки товаров потребителям
29.	Организация внешних продаж
30.	Приемка закупленного товара на склад фирмы-оптовика
31.	Организация доставки товаров от поставщика на оптовый склад
32.	Формирование заказа на закупку товара оптовика
33.	Отдел закупок и его функции.
34.	Расчет за товары и кредитование потребителей
35.	Организация работы по формированию заказов потребителей
36.	Хранение товара на складе фирмы-оптовика, управление запасами
37.	Прямой сбыт
38.	Особенности соглашения с консигнатором
39.	Особенности соглашения с коммерческим представителем
40.	Операции поручения
41.	Агентские операции
42.	Организация работ по продаже товаров со склада
43.	Содержание работ по выполнению заказов товарополучателей
44.	Определение стоимости заказа

45	Управление товарными запасами на фирме-оптовике
46	Сбыт через независимые посреднические структуры
47	Что такое сбытовая деятельность
48	Основные тенденции развития сбытовой деятельности
49	В чем заключается основная проблема дистрибьюции?
50	. В чем достоинства и недостатки собственной дистрибутивной сети?
51	Что предполагает связанная сбытовая сеть?
52	Какие основные задачи решаются в ходе дистрибьюции?
53	Основные функции логистического менеджмента в каналах сбыта
54	Для чего нужен зал товарных образцов?
55	Служба сбыта в структуре оптово-посреднической организации и её роль
56	Методы анализа сбытовой деятельности оптово-посреднического предприятия
57	Основные тенденции развития сбытовой деятельности в условиях современного рынка
58	Принципы организации и управления сбытовой деятельностью
59	Договорная работа в ходе сбытовой деятельности
60	Обслуживание клиентов как важнейшая стратегия сбытовой деятельности оптового предприятия.
61	Что включает оперативный метод поставок?
62	Транспортный коридор
63	Основные способы транспортировки грузов
64	Достоинства и недостатки автомобильного транспорта
65	Достоинства и недостатки ж/д транспорта
66	Достоинства и недостатки морского транспорта
67	Достоинства и недостатки авиа транспорта
68	Мультимодальные и интермодальные перевозки
69	Разработка графиков и маршрутов доставки товаров
70	Экспедиционное обслуживание транспортировки товаров
71	Терминальные перевозки
72	Выбор перевозчика, критерии выбора перевозчика

### Типовые примеры заданий к экзамену

1. На планируемый квартал завод заключил договоров и получил заказов на сумму 145млн. руб. Остатки на начало квартала составляют:

на складе готовой продукции - 3,6 млн. рублей

в товарах, отгруженных, но не оплаченных - 2,5 млн. рублей.

Норматив запаса готовой продукции составляет 2 млн. руб. В планируемом периоде реализованной считается продукция по факту оплаты, однако, стабильным потребителям и дилерам отгрузка осуществляется под прошедшие через банк потребителя платежные поручения. Удельный вес данной группы потребителей составляет порядка 40% объема поставки. При этом средний срок пробега платежных документов и отсрочки платежа составляет 5 дней. Определить план производства и объем реализации продукции на планируемый квартал.

2. Подшипниковый завод производит широкий ассортимент подшипников. На основании сформированного отделом сбыта портфеля заказов подшипник «А» отгружается вагонами, автомашинами, в контейнерах, с использованием многооборотной тары, а также малой скоростью. Расчетное количество дней, необходимое для отправки данного подшипника

каждому потребителю, колеблется от 1 до 15 дней. В таблице 2 приведены данные о программе выпуска подшипника «А» и затратах времени для подготовки его отправки по видам отгрузки.

Таблица 2

Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки
Виды отгрузки: - вагонами	21,9	6,7
- контейнерами	48,2	2,0
- автомашинами	30,7	3,9
- малой скоростью	98,6	1,0
- многооборотной тарой	1,9,6	1,5
Всего:	219,0	

Примечание:

Оптовая цена подшипника «А» за одну штуку составляет 150 рублей

Определить величину запаса подшипника на складе готовой продукции в днях, штуках, рублях.

### Деловая игра

Деловая игра "Мозговой штурм" - продуктивный способ выдвижения новых идей. Этот метод развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и т.д.

Порядок проведения деловой игры

1. Постановка проблемы. Большинство изобретений не находят своего применения, а применяемые внедряются через 10-20 лет. Как изменить ситуацию?

Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения и поведения в процессе "мозговой атаки".

Формирование нескольких рабочих групп по 3-5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей. Время -10 мин.

2. Разминка.

Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа - помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и т.п.).

Возможные общие темы для обсуждения на данном этапе:

- Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности?

Объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

- Какое применение можно найти для женской пудреницы? (Дайте максимум идей.) и др.

Время -15-20 мин.

3. "Мозговая атака" - поставленной проблемы.

Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи. Время -10-15 мин.

4. Оценка и подбор наилучших идей.

Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают.  
Время -10-15 мин.

5. Сообщение о результатах "мозговой атаки".

Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита.

Принятие коллективного решения.

### ***Тематика рефератов, докладов***

1. Важнейшие функции оптовой торговли.
2. Основные проблемы управления оптово-посредническими операциями.
3. Управление оптово-посредническими операциями как важнейшая составляющая часть деятельности оптово-посреднических предприятий.
4. Объект и предмет управления оптово-посредническими операциями.
5. Методы исследования и анализа, применяемые в управлении оптово-посредническими операциями.
6. Основные функции закупочной деятельности.
7. Основные элементы закупочной деятельности.
8. Организация закупочной деятельности.
9. Методы анализа закупочной деятельности организации
10. Фазы зрелости управления закупками в организации.
11. Адресная система хранения на складе.
12. Приемка товаров по количеству и качеству.
13. Оформление приходной документации.
14. Обеспечение обслуживания клиентов.
15. Современные инновационные складские технологии.
16. Основы рыночного ценообразования
17. Методология рыночного ценообразования
18. Методологические особенности ценообразования в России
19. Формирование свободных цен
20. Ценообразование на рынке транспортных услуг.
21. Инновационные модели организации управления дистрибуцией в торговле
22. Определение зоны потенциального сбыта продукции.
23. Перспективы развития каналов сбыта в торговле.
24. Зарубежный опыт управления цепями сбыта в торговле
25. Определение числа каналов сбыта продукции и их длины.

### ***Перечень тем для проведения групповой дискуссии***

1. Предпосылки и факторы развития сферы управления оптово-посредническими операциями.
2. Оптовая торговля как посредник между производством и розничными торговыми предприятиями
3. Методы исследования и анализа, применяемые в управлении оптово-посредническими операциями
4. Какие методы анализа закупочной деятельности организации существуют?

### ***Перечень тем для проведения круглого стола***

1. Какие факторы, влияющие на коммерческую деятельность, вы отнесли бы к внутренним?

2. Роль оптовой торговли в сфере товарного обращения
3. Какие стороны коммерции должны регулироваться договорами?
3. Какую структуру должен иметь договор?
4. Перечислите основные нормативно-правовые документы регулирующие вопросы коммерческой тайны?
5. Охарактеризуйте последовательность этапов осуществления коммерческой деятельности товаропроизводителями?

#### ***Типовые тестовые задания***

**1. По итогам инвентаризации на базе выявлена недостача. Определите ее размер на основании следующих данных. Товарные запасы на начало периода 150 тыс. руб., поступило товаров на сумму 500 тыс. руб., согласно результатам инвентаризации запасы составили 130 тыс. руб., норма естественной убыли установлена в размере 0,2% от продажи. Согласно кассовым отчетам реализация составила 517 тыс. руб.**

- а) 1,97 тыс. руб.;
- б) 3,00 тыс. руб.;
- в) 1,03 тыс. руб.;
- г) другая сумма.

**2. Товарооборот оптовой базы за I квартал в ценах закупки продукции составил 800 тыс. руб. Товарные запасы, согласно бухгалтерским данным, составили (в тыс. руб.) на 1 января – 33, на 1 февраля – 45, на 1 марта – 62, на 1 апреля – 54. Определите число оборотов товарных запасов:**

- а) 15,9 раза;
- б) 12,6 раза;
- в) 9,2 раза.

**3. Оптовая торговля – это:**

- а) торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием
- б) процесс обращения объектов собственности посредством возмездных договоров
- в) сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами
- г) применение прогрессивных методов продажи, полноты и устойчивости ассортимента, затрат времени на покупку товара

**4. Необходимость оптовой торговли определяется:**

- а) информационными и экологическими факторами
- б) производственными, транспортными и торговыми факторами
- в) экологическими факторами
- г) социально-культурными факторами

**5. Объектом государственного регулирования является:**

- а) все отрасли и подразделения производства, товарный, фондовый, валютный рынки, ценообразование, денежное обращение и предприятия независимо от формы собственности и хозяйствования
- б) государственные предприятия и организации
- в) потребители, профсоюзы, политические партии
- г) общественные и законодательные органы

**6. Состоит ли анализ рыночной ситуации в оценке и изучении скорости и направления развития рынка, в оценке и объяснении степени сбалансированности рынка, в характеристике устойчивости рынка, в изучении цикличности рынка?**

**7. Масштаб рынка – это:**

- А) площадь, занимаемая торговыми предприятиями;
- Б) число предприятий, выступающих на рынке;

В) единица измерения рыночных операций.

**8. Стихийность рынка проявляется:**

- А) в колебаниях его параметров, чуткой реакции на любые воздействия;
- Б) в непредсказуемости развития рынка, нереальности оценить его колебания;
- В) в невозможности планирования рыночной деятельности.

**9. Что такое «глубина» товарной номенклатуры?**

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы
- б) это общая численность ассортиментных групп
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара ассортиментной группы
- г) нет правильного ответа

**10. Какие особенности не характерны для рынка товаров промышленного назначения:**

- а) на нем меньше покупателей
- б) покупатели товаров профессионалы
- в) спрос на товары промышленного назначения не меняется
- г) нет правильного ответа

**11. В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:**

- а) «рынок покупателя»
- б) «рынок продавца»
- в) равновесный рынок
- г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда

**12. В чем отличия предпринимательства от коммерции:**

- а) нет отличий
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

**13. К коммерческим процессам относятся:**

- 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

**14. Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук: (укажите лишнее)**

- а) экономика
- б) философия
- в) маркетинг
- г) право
- д) менеджмент

**15. Собственник денежного капитала, фирмы - это:**

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

**16. Перечисленные ниже утверждения относятся к недостаткам:**

- слабо учитываются постоянно изменяющиеся внутренние и внешние условия деятельности торгового предприятия;
- нерациональное распределение информационных потоков;

превышаются нормы управляемости, особенно у руководителей высшего звена.

- а) линейно-функционального управления;
- б) матричного управления;
- в) функционального управления;
- г) дивизионального управления.

**17. Основная причина существования оптовой торговли, как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:**

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

**18. Продвижение товара - это:**

- а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью
- б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем
- в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации
- г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара

### ***Задание для контрольной работы***

#### **Задача 1**

Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

#### **Задача 2**

Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте. Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года: I квартал – 60 000 кв.м,

II квартал – 100 000 кв.м,

III квартал – 120 000 кв.м,

IV квартал – 100 000 кв.м.

При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы.

#### **Задача 3**

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?



## 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	«зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства; особенности составления закупочной документации; порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам.</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика; обрабатывать и хранить данные</p>	Продвинутой
70 – 84 баллов	«зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства; особенности составления закупочной документации; порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам.</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика; обрабатывать и хранить данные</p>	Повышенный
50 – 69 баллов	«зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	<p><b>Знает на базовом уровне:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства; особенности составления закупочной документации; порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам.</p>	Базовый

				<p><b>Умеет на базовом уровне:</b>  подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения;  организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика; обрабатывать и хранить данные</p>	
менее 50 баллов	«не зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b>  требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства; особенности составления закупочной документации; порядок согласования и формирования требований ккупаемым товарам, работам, услугам.</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b>  подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения;  организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика; обрабатывать и хранить данные</p>	Компетенции не сформированы

**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 торговли и общественного питания

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.22 ОПТОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ**

**Направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**Направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)**

**Уровень высшего образования *Бакалавр***

Краснодар – 2022

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «*Оптово-посреднические операции*» дать основы знаний в области проведения оптово-посреднических операций предприятиями различных типов. Данные знания позволят принимать эффективные управленческие решения в области построения и ведения торгового бизнеса.

Задачи учебной дисциплины «*Оптово-посреднические операции*»:

- организация на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг;
- организация и утверждение плана закупок и плана-графика;
- осуществление обработки, формирования, хранение данных;
- выбор способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя);
- ведение и согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика;
- организация и контроль разработки проектов контрактов, типовых условий контрактов.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	<b>Раздел 1 Понятие и содержание оптово-посреднических операций</b>
2	Тема 1. Понятие и содержание оптовой торговли
3	Тема 2. Организация формирования заказов потребителей
4	Тема 3. Организация закупочной и снабженческой деятельности
5	<b>Раздел 2 Организация процесса оптовой продажи товаров в посреднических структурах</b>
6	Тема 4. Организация продаж оптового предприятия
7	Тема 5. Управление ценообразованием оптового предприятия
8	Тема 6. Понятие и сущность посреднической деятельности. Формы посреднической деятельности
9	<b>Раздел 3 Формы торгового сотрудничества и оформления сделок</b>
10	Тема 7. Торговые формы посредничества. Документальное оформление посреднической деятельности
11	Тема 8. Особенности соглашений с различными типами посредников
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часов</b>	

**Форма контроля –зачет с оценкой**

### Разработчик:

З.Х. Моламусов, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова