Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Железнов Лев Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 12.03.2026 14:39:56
Уникальный программный ключ:
7f036de85c233e341493b4c0e48bb3a18c939f51

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кировский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) ОПОП Товароведение и экспертиза товаров

Форма обучения очно-заочная

Срок освоения ОПОП 4 года 6 месяцев

Кафедра менеджмента и товароведения

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана на основе:

1) ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, утвержденного Министерством образования и науки РФ «12» августа 2020 г., приказ № 985.

2) Учебного плана по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, одобренного ученым советом ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России 30.04.2021 г., протокол № 4.

3) Профессионального стандарта «Специалист по качеству», утверждённого Министерством труда и социальной защиты РФ 22.04.2021 г., приказ № 276 н;

4) Профессионального стандарта «Специалист по сертификации продукции», утвержденного Министерством труда и социальной защиты РФ «31» октября 2014 г., приказ № 857н

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена:

кафедрой менеджмента и товароведения «12» мая 2021 г. (протокол № 5)

Заведующий кафедрой Л.Н. Шмакова

ученым советом социально-экономического факультета
«12» мая 2021 г. (протокол № 3)

Председатель совета факультета Л.Н. Шмакова

Центральным методическим советом «20» мая 2021 г. (протокол № 6)

Председатель ЦМС Е.Н. Касаткин

Разработчики:

Зав. кафедрой менеджмента и товароведения,
к.т.н., доцент Л.Н. Шмакова

ОГЛАВЛЕНИЕ

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП 4
1.1. Цель изучения дисциплины (модуля) 4
1.2. Задачи изучения дисциплины (модуля) 4
1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП 4
1.4. Объекты профессиональной деятельности 4
1.5. Типы задач профессиональной деятельности 5
1.6. Планируемые результаты освоения программы - компетенции выпускников, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы 5
Раздел 2. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы 8
Раздел 3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) 8
3.1. Содержание разделов дисциплины (модуля) 8
3.2. Разделы дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами 11
3.3. Разделы дисциплины (модуля) и виды занятий 11
3.4. Тематический план лекций 12
3.5. Тематический план практических занятий (семинаров) 15
3.6. Самостоятельная работа обучающегося 17
3.7. Лабораторный практикум 18
3.8. Примерная тематика курсовых проектов (работ), контрольных работ 18
Раздел 4. Перечень учебно-методического и материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) 18
4.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) 18
4.1.1. Основная литература 18
4.1.2. Дополнительная литература 18
4.2. Нормативная база 18
4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 21
4.4. Перечень информационных технологий, используемых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), программного обеспечения и информационно-справочных систем 21
4.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) 22
Раздел 5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины (модуля) 23
5.1. Методика применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий при проведении занятий и на этапах текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине 25
Раздел 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 27
Раздел 7. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 28
Раздел 8. Особенности учебно-методического обеспечения образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 28

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

1.1. Цель изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины – сформировать у студентов системное представление об основах коммерческой деятельности в розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях высококонкурентного потребительского рынка.

1.2. Задачи изучения дисциплины (модуля)

Товароведно-технологическая деятельность:

осуществление профессиональной деятельности в сфере закупочной деятельности, управления качеством и обеспечения безопасности товаров, сырья и материалов;

построение эффективной системы товародвижения;

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

разработка и организация оказания торговых услуг покупателям, разработка предложений по реализации сопутствующих и новых товаров;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

Организационно-управленческая деятельность (промежуточный уровень):

организация и оказание консалтинговых услуг при осуществлении закупочной деятельности;

обеспечение партнерского взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами.

управление товарооборотом на предприятии, применение мер к ускорению оборачиваемости товаров;

разработка мероприятий, направленных на соблюдение прав потребителей, анализ претензий и подготовка материалов по рассмотрению претензий покупателей.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организация и управление коммерческой деятельностью» относится к блоку Б 1. Дисциплины (модули) обязательной части.

Основные знания, необходимые для изучения дисциплины формируются при изучении дисциплин: Логистика, Маркетинг.

Является предшествующей для изучения дисциплин: Товарный менеджмент, Правовое регулирование коммерческой деятельности.

1.4. Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших рабочую программу дисциплины (модуля), являются:

- товары и процессы их проектирования, производства, закупки, транспортирования, хранения, реализации и утилизации;
- методы исследования, испытаний, оценки и экспертизы товаров;

- управление качеством и безопасностью товаров;
- нормативные правовые акты и документы в области обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции;
- новые материалы, товары и технологии;
- потребители товаров, их запросы, потребности, мотивы и ключевые ценности в рамках устойчивого развития;
- информационные ресурсы и системы управления товарами;
- трудовые коллективы в сфере торговой и экспертной деятельности.

1.5. Типы задач профессиональной деятельности

Изучение данной дисциплины (модуля) направлено на подготовку к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- товароведно-технологический;
- организационно-управленческий (промежуточный уровень).

1.6. Планируемые результаты освоения программы - компетенции выпускников, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование у выпускника следующих компетенций:

№ п/п	Результаты освоения ОПОП (индекс и содержание компетенции)	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства		№ раздела дисциплины, № семестра, в которых формируется компетенция
			Знать	Уметь	Владеть	для текущего контроля	для промежуточной аттестации	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ОПК-4. Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы;	ИК ОПК-4.1 Обосновывает организационно-управленческие решения по управлению ассортиментом товаров	Принципы формирования и методы управления ассортиментом товаров	Анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента	Навыками организационной работы. Навыками постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов.	Устный опрос в ходе занятий, выполнение практических заданий, решение ситуационных задач, тестовый контроль, эссе, реферат	Решение ситуационных задач, итоговое тестирование, собеседование, курсовая работа	Раздел № 1-7 Семестр № 5-6
2	ПК-3 Способен осуществлять торгово-закупочную деятельность	ИД ПК 3.1 Проводит организацию закупок и приемки потребительских товаров	Критерии выбора поставщиков потребительских товаров. Порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам. Правила организации	Осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную де-	Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков. Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств. Навыками приемки това-	Устный опрос в ходе занятий, выполнение практических заданий, решение ситуационных задач, тестовый контроль, эссе, реферат	Решение ситуационных задач, итоговое тестирование, собеседование, курсовая работа	Раздел № 1-7 Семестр № 5-6

			закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения договоров. Нормативную и техническую документацию по приемке товаров.	ятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.	ров по количеству, качеству, комплектности.			
		ИД ПК 3.2 Организует учет и контроль за закупками для обеспечения надлежащего ассортимента и качества товаров	Методы учета и контроля за закупками товаров	Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции. Проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов	Методами управления товарами в сфере обращения	Устный опрос в ходе занятий, выполнение практических заданий, решение ситуационных задач, тестовый контроль, эссе, реферат	Решение ситуационных задач, итоговое тестирование, собеседование, курсовая работа	Раздел № 1-7 Семестр № 5-6

Раздел 2. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 час.

Вид учебной работы			Всего часов	Семестры	
				№ 5	№ 6
1			2	3	4
Контактная работа (всего)			80	36	44
в том числе:					
Лекции (Л)			32	14	18
Практические занятия (ПЗ)			48	22	26
Семинары (С)					
Лабораторные занятия (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)			136	72	64
В том числе:					
- подготовка и написание курсовой работы			88	48	40
- подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации			12	6	6
- написание эссе			8	4	4
- написание рефератов			20	10	10
- решение тестов			8	4	4
Вид промежуточной аттестации	экзамен	контактная работа	3		3
		самостоятельная работа	33		33
Общая трудоемкость (часы)			252	108	144
Зачетные единицы			7	3	4

Раздел 3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

3.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Код компетенции	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела (темы разделов)
1	2	3	4
1.	ОПК-4, ПК-3	Розничная торговая сеть: как основной элемент коммерческой деятельности	Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети. Классификации розничной торговой сети. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей. Классификация розничной торговой сети по стационарности, специализации, типу розничных торговых предприятий. Понятие формата розничного торгового предприятия. Систематизация форматов розничных торговых предприятий по совокупности признаков. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары. Материально-техническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и

			требования, предъявляемые к ним. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети.
2.	ОПК-4, ПК-3	Размещение розничного торгового предприятия	Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия. Индекс насыщения торговыми услугами. Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия (отдельно стоящие торговые предприятия, центральные деловые районы, торговые центры). Преимущества и недостатки различных типов места расположения. Определение и классификация торговых центров. Определение торговой зоны розничного торгового предприятия. Характеристика ближней, средней и дальней торговых зон магазина. Факторы, влияющие на изменение размера торговой зоны. Форма и структура торговых зон магазина. Оценка и выбор конкретного места расположения розничного торгового предприятия. Факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия: характеристика их влияния на эффективность деятельности магазина.
3.	ОПК-4, ПК-3	Организация торгового обслуживания покупателей	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции. Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Показатели оценки качества торгового обслуживания. Понятия скорости и культуры торгового обслуживания. Формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле. Магазинные методы продажи товаров, их характеристика. Внемагазинные методы продажи товаров (прямая розничная торговля, прямые личные продажи; продажа товаров через торговые автоматы): их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. Услуга розничной торговли. Классификация услуг розничной торговли. Общие требования к услугам торговли. Правовые аспекты продажи товаров в розничной торговле. Правила, регулирующие деятельность розничных торговых предприятий. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила розничной торговли. Защита прав потребителей. Организация государственного контроля торговли.

4.	ОПК-4, ПК-3	Технология розничных торговых предприятий	Понятие концептуального магазиностроения, его основные этапы. Состав и взаимосвязь помещений магазина, их классификация. Требования нормативной документации, предъявляемые к технологической планировке магазина. Этапы технологического проектирования торговых помещений магазина. Определение оптимального размера и устройства торгового зала. Значение планировки торгового зала как одного из инструментов мерчандайзинга. Требования, предъявляемые к планировке торгового зала магазина. Расположение системы «вход-выход» в торговом зале. Разделение торгового зала на функциональные зоны и расположение там товарных категорий. Проблема «сильных» и «слабых» мест расположения товаров в торговом зале и пути ее решения. Технология приемки товаров в магазине. Технология хранения и подготовки товаров к продаже. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле. Задачи и методы изучения покупательского спроса. Понятие о торговом ассортименте. Сущность и значение закупочной работы. Технология закупки товаров.
5.	ОПК-4, ПК-3	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	Оптовые торговые предприятия как посредническое звено в системе рыночных отношений. Классификация торгово-посреднических предприятий: 1) по степени универсализации (специализации) их деятельности др.); 2) по их принадлежности (подчиненности) - независимые, формально-независимые, зависимые. Особенность деятельности посреднических предприятий-дистрибьютеров, джоббероов, оптовиков-купцов, комиссионеров, файндеров, агентов, консигнаторов, брокеров; 3) по организационным основам деятельности (договорные, организованные государством); 4) по праву собственности на товар. Экономическая целесообразность и необходимость деятельности оптовых предприятий в системе товароснабжения. Система услуг, оказываемых контрагентам хозяйственных связей. Организационные структуры управления. Создание вертикально и горизонтально интегрированных систем в оптовой торговле. Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников. Мероприятия по осу-

			ществлению системы стимулирования продвижения товаров на рынок в оптовой торговле. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.
6.	ОПК-4, ПК-3	Склады и их роль в коммерческой деятельности	Роль складов в системе товароснабжения. Классификация складов. Виды складских помещений и категории складских площадей. Складское оборудование. Особенности планировочно-технологических решений.
7.	ОПК-4, ПК-3	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли	Роль транспорта в торговле. Виды транспорта, используемого для транспортировки грузов в торговле. Особенности функционирования в торговли железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, гужевого транспорта. Эффект от использования различных видов транспорта в торговле. Состав технического обеспечения и материально-техническая база транспорта. Классификация железнодорожных и автомобильных транспортных средств. Особенность и сфера применения различных видов транспорта. Технико-экономические показатели эффективности использования железнодорожного и автомобильного транспортного средства. Особенности перевозки товаров водным и воздушным транспортным средством. Понятие и содержание транспортно-экспедиционных операций. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания. Документальное оформление перевозок. Понятие транспортного тарифа. Виды тарифов на перевозку товаров различным транспортом. Факторы, влияющие на величину тарифов на перевозку.

3.2. Разделы дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п\п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Правовое регулирование коммерческой деятельности	+		+	+			+
2	Товарный менеджмент			+	+			

3.3. Разделы дисциплины (модуля) и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛЗ	Сем	СРС	Всего часов
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Розничная торговая сеть: как основной элемент	4	4			18	26

	коммерческой деятельности							
2	Размещение розничного торгового предприятия			4	2			18	24
3	Организация торгового обслуживания покупателей			6	18			18	42
4	Технология розничных торговых предприятий			6	14			18	38
5	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения			4	4			22	30
6	Склады и их роль в коммерческой деятельности			4	4			20	28
7	Организация транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли			4	2			22	28
	Вид промежуточной аттестации:	экзамен	контактная работа						3
			самостоятельная работа						33
	Итого:			32	48			136	252

3.4. Тематический план лекций

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика лекций	Содержание лекций	Трудоемкость (час)	
				сем. № 5	сем. № 6
1	2	3	4	5	6
1	1	Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети	Понятие формата розничного торгового предприятия. Систематизация форматов розничных торговых предприятий по совокупности признаков. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары. Материально-техническая база розничной торговли. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети. Организационно-правовые формы торговых предприятий.	2	
2	1	Классификации розничной торговой сети	Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей. Классификация розничной торговой сети по стационарности, специализации, типу розничных торговых предприятий. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним.	2	
3	2	Принципы размещения розничной торговой сети	Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия. Индекс насыщения торговыми услугами.	2	

			Выбор типа места расположения торгового предприятия (отдельно стоящие торговые предприятия, центральные деловые районы, торговые центры). Преимущества и недостатки различных типов места расположения.		
4	2	Определение и классификация торговых центров	Определение торговой зоны розничного торгового предприятия. Характеристика ближней, средней и дальней торговых зон магазина. Факторы, влияющие на изменение размера торговой зоны. Форма и структура торговых зон магазина.	2	
5	3	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Показатели оценки качества торгового обслуживания. Понятия скорости и культуры торгового обслуживания.	2	
6	3	Формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле	Магазинные методы продажи товаров, их характеристика. Внемагазинные методы продажи товаров (прямая розничная торговля, прямые личные продажи; продажа товаров через торговые автоматы): их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. Услуга розничной торговли. Классификация услуг розничной торговли. Общие требования к услугам торговли.	2	
7	3	Правовые аспекты продажи товаров в розничной торговле	Правила, регулирующие деятельность розничных торговых предприятий. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила розничной торговли. Защита прав потребителей. Организация государственного контроля торговли.	2	
8	4	Основные этапы магазиностроения	Состав и взаимосвязь помещений магазина, их классификация. Требования нормативной документации, предъявляемые к технологической планировке магазина. Определение оптимального размера и устройства торгового зала. Значение планировки торгового зала как одного из инструментов мерчандайзинга. Требования, предъявляемые к планировке торгового зала магазина. Расположение системы «вход-выход» в торговом зале. Разделение торгового зала на функциональные зоны и расположение там товарных категорий. Проблема «сильных» и «слабых» мест расположения товаров в торговом зале и пути ее решения. Основы мерчандайзинга.		2
9	4	Технология приемки товаров в	Общие правила приемки товаров. Приемка товаров по количеству и качеству.		2

		магазине, хранения и подготовки товаров к продаже	Размещение и укладка товаров, режимы хранения, технология предварительной подготовки товаров к продаже, товарные потери в магазине.		
10	4	Формирование ассортимента товаров в розничной торговле	Задачи и методы изучения покупательского спроса. Понятие о торговом ассортименте. Сущность и значение закупочной работы. Технология закупки товаров.		2
11	5	Экономическая целесообразность и необходимость деятельности оптовых предприятий в системе товароснабжения	Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников. Мероприятия по осуществлению системы стимулирования продвижения товаров на рынок в оптовой торговле. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.		2
12	5	Классификация торгово-посреднических (оптовых) предприятий	Оптовые торговые предприятия как посредническое звено в системе рыночных отношений. Классификация торгово-посреднических предприятий.		2
13	6	Роль складов в системе товароснабжения	Особенности планировочно - технологических решений.		2
14	6	Классификация складов	Виды складских помещений и категории складских площадей. Складское оборудование.		2
15	7	Роль транспорта в торговле	Виды транспорта, используемого для транспортировки грузов в торговле. Особенности функционирования в торговле железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, гужевого транспорта. Эффект от использования различных видов транспорта в торговле. Состав технического обеспечения и материально-техническая база транспорта.		2
16	7	Классификация транспортных средств	Особенность и сфера применения различных видов транспорта. Технико-экономические показатели эффективности использования железнодорожного и автомобильного транспортного средства. Особенности перевозки товаров водным и воздушным транспортным средством. Понятие и содержание транспортно-экспедиционных операций. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания. Документальное оформление перевозок.		2
Итого:				14	18

3.5. Тематический план практических занятий (семинаров)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Содержание практических (семинарских) занятий	Трудоемкость (час)	
				сем. № 5	сем. № 6
1	2	3	4	5	6
1	1	Организационно-правовые формы предприятий	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучение ГК РФ по вопросам организационно-правовых форм предприятий, решение ситуационных задач	0,5 1,5	
2	1	Специализация и типизация торговых розничных предприятий	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Проанализировать действующую розничную торговую сеть с учетом специализации и типизации магазинов.	0,5 1,5	
3	2	Принципы размещения розничной торговой сети	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Определить потребность в строительстве или закрытии определенных типов магазинов в дальнейшем будущем.	0,5 1,5	
4	3	Методы продажи и правила продажи товаров	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить методы продажи и правила продажи товаров, изучить правила продажи товаров в кредит, решение ситуационных задач	1 3	
5	3	Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить правила комиссионной торговли непродовольственными товарами. решение ситуационных задач	0,5 1,5	
6	3	Закон РФ «О защите прав потребителей». Возврат и обмен товарами	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить Закон РФ «О защите прав потребителей», изучить правила возврата и обмена товаров, решение ситуационных задач	1 3	
7	3	Рекламная деятельность	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Классификация и характеристика средств рекламы. Социальная реклама. Эффективность социальной рекламы по проблемам алкоголизма и курения. Правовое регулирование рекламной деятельности. Решение ситуационных задач.	2 4	

8	3	Услуги, оказываемые покупателям магазина	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить и проанализировать услуги, оказываемые в РТС и оптовой торговле		0,5 1,5
9	4	Объемно-планировочные и конструктивные решения проектирования магазина	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить нормы проектирования магазинов. Рассчитать общую площадь магазина с учетом СНиП.		1 3
10	4	Основы мерчандайзинга	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить основы мерчандайзинга. Проанализировать правила мерчандайзинга в РТС		1 3
11	4	Приемка товаров по количеству и качеству	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить инструкции П-6 и П-7 по приемке товаров по количеству и качеству. Оформить акты о приемке товаров по количеству и качеству. Решение ситуационных задач		0,5 1,5
12	4	Покупательский спрос	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Разработать анкету для проведения опроса покупателей. Провести анкетирование.		1 3
13	5	Организация и технология приемки товаров на оптовых предприятиях	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Формирование ассортимента. Изучить порядок приемки товаров на оптовых предприятиях. Принять участие в приемке товаров. Решение ситуационных задач.		1 3
14	6	Технико-экономические показатели работы склада	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить задачи и основные направления механизации технологических складских операций. Рассчитать потребности в средствах механизации складов		0,5 1,5
15	6	Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Экскурсия		0,5 1,5
16	7	Оформление транспортных документов на перевозку товаров	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Оформить транспортные документы на перевозку товаров		0,5 1,5
Итого:				22	26

3.6. Самостоятельная работа обучающегося

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	Розничная торговая сеть: как основной элемент коммерческой деятельности	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	18
2		Размещение розничного торгового предприятия	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	18
3		Организация торгового обслуживания покупателей	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	18
4		Технология розничных торговых предприятий	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	18
Итого часов в семестре:				72
1	6	Роль оптовых посредников в системе товароснабжения	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	22
2		Склады и их роль в коммерческой деятельности	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	20
3		Организация транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли	подготовка и написание курсовой работы, подготовка к текущему контролю, промежуточной аттестации, написание рефератов, эссе, решение тестов	22
Итого часов в семестре:				64
Всего часов на самостоятельную работу:				136

3.7. Лабораторный практикум

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

3.8. Примерная тематика курсовых проектов (работ), контрольных работ

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

Темы курсовых работ: см. приложение Б.

Раздел 4. Перечень учебно-методического и материально-технического обеспечения дисциплины (модуля)

4.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

4.1.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие в ЭБС
1	2	3	4	5	6
1	Коммерческая деятельность: учебник	Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатов	2013, М.: Дашков и К	15	

4.1.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие в ЭБС
1	2	3	4	5	6
1	Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник	Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова	2017, М.: Дашков и К		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов	О.В. Памбухчиянц	2015, М.: Дашков и К		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
3	Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров	И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов	2017, М.: Дашков и К		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

4.2. Нормативная база

1. Международная Торговая Палата. Международные правила толкования торговых терминов: ИНКОТЕРМС 2000. (пер. Н. Г. Вилкова). Публикация МТП № 560.
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ.
4. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 № 230-ФЗ.
5. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ.
6. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ.
7. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
8. Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающих табачного дыма и последствий потребления табака».

9. Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ О внесении изменений в федеральный закон "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты российской федерации и признании утратившим силу федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе"
10. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
11. Указ Президента РФ от 22.02.1992 № 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена».
12. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты правительства Российской Федерации».
13. Постановление Правительства РФ от 16.06.1997 № 720 «Об утверждении перечня товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде и на которые изготовитель обязан устанавливать срок службы, и перечня товаров, которые по истечении срока годности считаются непригодными для использования по назначению».
14. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1037 «О мерах по обеспечению наличия на ввозимых на территорию Российской Федерации непродовольственных товарах информации на русском языке».
15. Приказ Роспотребнадзора от 20.05.2005 № 402 «О личной медицинской книжке и санитарном паспорте».
16. Приказ Минэкономразвития РФ от 01.03.2013 № 252 «О нормах естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».
17. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения»
18. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 07.09.2001 № 23 «О введении в действие Санитарных правил» (вместе с «Санитарно-эпидемиологическими требованиями к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. СП 2.3.6.1066-01», утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.09.2001).
19. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 22.05.2003 № 98 «О введении в действие Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1324-03» (вместе с «Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. СанПиН 2.3.2.1324-03», утв. Главным государственным врачом РФ 21.05.2003).
20. Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 883 "О принятии технического регламента Таможенного союза "Технический регламент на масложировую продукцию" (вместе с "ТР ТС 024/2011. Технический регламент Таможенного союза. Технический регламент на масложировую продукцию")
21. Решение Комиссии Таможенного союза от 16.08.2011 № 769 (ред. от 17.12.2012) "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности упаковки" (вместе с "ТР ТС 005/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности упаковки")
22. Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 874 (ред. от 20.11.2012) "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности зерна" (вместе с "ТР ТС 015/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности зерна")
23. Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 881 "О принятии технического регламента Таможенного союза "Пищевая продукция в части ее маркировки" (вместе с "ТР ТС 022/2011. Технический регламент Таможенного союза. Пищевая продукция в части ее маркировки")

24. Решение Комиссии Таможенного союза от 23.09.2011 № 797 (ред. от 27.11.2012) "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков" (вместе с "ТР ТС 007/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков")
25. Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 882 (ред. от 13.11.2012) "О принятии технического регламента Таможенного союза "Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей" (вместе с "ТР ТС 023/2011. Технический регламент Таможенного союза. Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей")
26. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 20.07.2012 № 58 "О принятии технического регламента Таможенного союза "Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств" (вместе с "ТР ТС 029/2012. Технический регламент Таможенного союза. Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств")
27. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 15.06.2012 № 34 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания" (вместе с "ТР ТС 027/2012. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания")
28. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 09.10.2013 № 68 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности мяса и мясной продукции" (вместе с "ТР ТС 034/2013. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности мяса и мясной продукции")
29. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 09.10.2013 № 67 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности молока и молочной продукции" (вместе с "ТР ТС 033/2013. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности молока и молочной продукции").
30. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 18.10.2016 № 162 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности рыбы и рыбной продукции" (вместе с "ТР ЕАЭС 040/2016. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности рыбы и рыбной продукции")
31. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 23.09.2011 № 779 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности парфюмерно-косметической продукции" (вместе с "ТР ТС 009/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности парфюмерно-косметической продукции").
32. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 12.11.2014 № 107 "О принятии технического регламента Таможенного союза "Технический регламент на табачную продукцию" (вместе с "ТР ТС 035/2014. Технический регламент Таможенного союза. Технический регламент на табачную продукцию").
33. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 23.09.2011 № 798 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности игрушек" (вместе с "ТР ТС 008/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности игрушек").
34. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 09.12.2011 № 880 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности пищевой продукции" (вместе с "ТР ТС 021/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности пищевой продукции").
35. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 09.12.2011 № 876 "О принятии технического регламента Таможенного союза "О безопасности продукции легкой промышленности" (вместе с "ТР ТС 017/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности продукции легкой промышленности").
36. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора) и муниципального надзора: Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ.

37. Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008).
38. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского Экономического Союза и единого таможенного тарифа Евразийского Экономического Союза. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54.
39. Решение Комиссии Таможенного Союза от 28 января 2011 г. № 522 Положение «О порядке применения единой товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного Союза при классификации товаров»
40. ГОСТ Р 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. – М.: ИПК Издательство стандартов, 2004. – 26 с.
41. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. СанПиН 2.3.2.1078-01. – М.: ФГУП «ИнтерСЭН», 2002. – 168 с.

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. http://www.rospotrebnadzor.ru/ Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].
2. http://www.ozpp.ru/ Официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс].
3. www.ozppou.ru – Общероссийская общественная организация «Общество защиты прав потребителей образовательных услуг» [Электронный ресурс].
4. www.cnpe.spb.ru – Центр независимой потребительской экспертизы [Электронный ресурс].
5. www.konfop.ru – Международная конфедерация обществ потребителей. [Электронный ресурс].
6. http.//www.mozp.org – Московское общество защиты прав потребителей. [Электронный ресурс].
7. www.spros.ru – Журнал для потребителей «СПРОС» [Электронный ресурс].
8. www.asq.org. – Официальный сайт Американского общества качества [Электронный ресурс].
15. https://roskachestvo.gov.ru/ Автономная некоммерческая организация "Российская система качества"
16. https://www.43.rospotrebnadzor.ru/ - официальный сайт Управления Роспотребнадзора по Кировской области
17. https://kirovcsm.ru/ - официальный сайт ФБУ «Кировский ЦСМ»
18. https://fsa.gov.ru/ - официальный сайт Россакредитации
19. http://www.vcci.ru/ - официальный сайт Вятская торгово-промышленная палата.
20. https://www.economy.gov.ru/ - Министерство экономического развития Российской Федерации
22. https://rosstat.gov.ru/ - Федеральная служба государственной статистики

4.4. Перечень информационных технологий, используемых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), программного обеспечения и информационно-справочных систем

Для осуществления образовательного процесса используются: презентации, слайд-лекции, видеолекции.

В учебном процессе используется лицензионное программное обеспечение:

1. Договор Microsoft Office (версия 2003) №034010001091200035_45106 от 12.09.2012 (срок действия договора - бессрочный),
2. Договор Microsoft Office (версия 2007) №034010001091300043_45106 от 02.09.2013 (срок действия договора - бессрочный),
3. Договор Microsoft Office (версия 2010) № 340100010914000246_45106 от 23.12.2014 (срок действия договора - бессрочный).
4. Договор Windows (версия 2003) №034010001091200035_45106 от 12.09.2012 (срок действия договора - бессрочный)

5. Договор Windows (версия 2007) №0340100010913000043_45106 от 02.09.2013 (срок действия договора - бессрочный),

6. Договор Windows (версия 2010) № 340100010914000246_45106 от 23.12.2014 (срок действия договора - бессрочный),

7. Договор Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 150-249 Node 1 year Educational Renewal License, срок использования с 29.04.2021 до 24.08.2022, номер лицензии 280E-210429-102703-540-3202,

8. Автоматизированная система тестирования Indigo Договор № Д53783/2 от 02.11.2015 (срок действия бессрочный, 1 год технической поддержки),

9. ПО FoxitPhantomPDF Стандарт, 1 лицензия, бессрочная, дата приобретения 05.05.2016

Обучающиеся обеспечены доступом (удаленным доступом) к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам:

1) Научная электронная библиотека e-LIBRARY. Режим доступа: http://www.e-library.ru/.
2) Справочно-поисковая система Консультант Плюс – ООО «КонсультантКиров».
3) «Электронно-библиотечная система Кировского ГМУ». Режим доступа: http://elib.kirovgma.ru/.
4) ЭБС «Консультант студента» - ООО «ИПУЗ». Режим доступа: http://www.studmedlib.ru.
5) ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - ООО «НексМедиа». Режим доступа: http://www.biblioclub.ru.
6) ЭБС «Айбукс» - ООО «Айбукс». Режим доступа: http://ibooks.ru.
7) Образовательный портал ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России. Режим доступа: https://student.kirovgma.ru/

4.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

В процессе преподавания дисциплины (модуля) используются следующие специальные помещения:

Наименование специализированных помещений	Номер кабинета, адрес	Оборудование, технические средства обучения, размещенные в специализированных помещениях
- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	№ 406, 407 г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель (стол и стул преподавателя, столы и стулья ученические), компьютеры с выходом в интернет, мультимедиа проектор, экран, информационно-меловая доска
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	№ 415 г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (тематические стенды, учебные плакаты, мультимедийные презентации, раздаточный материал), нормативно-правовые документы Наглядные материалы (плакаты, каталоги, презентации), технические регламенты Таможенного союза, стандарты, ОКП, ТН ВЭД ТС, СанПиН,

		нормативные документы
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	№ 407 г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель компьютеры с выходом в интернет, мультимедиа проектор, экран, информационно-меловая доска
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	№ 414 г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (тематические стенды, учебные плакаты, раздаточный материал), нормативно-правовые документы
помещения для самостоятельной работы	№ 418б, читальный зал библиотеки г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. ПК для работы с нормативно-правовой документацией, в т.ч. СПС "Консультант Плюс"
учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	№ 415, 418б, 421 г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, компьютер с выходом в интернет, нормативные документы
помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	№ 418а, г. Киров, ул. К. Маркса,137 (1 корпус)	стеллажи, шкафы, технический инвентарь

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Раздел 5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает: контактную (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную работу.

Основное учебное время выделяется на самостоятельную работу.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине выступают классические лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

При изучении учебной дисциплины (модуля) обучающимся необходимо освоить практические умения по анализу ассортимента, организации торгово-закупочной деятельности, управлению товарами в сфере обращения.

При проведении учебных занятий кафедра обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (путем проведения интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, преподавания дисциплины (модуля) в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Лекции:

Классическая лекция совместно с лекцией-дискуссией. Рекомендуется при изучении тем: Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети. Классификации розничной торговой сети. Принципы размещения розничной торговой сети. Определение и классификация торговых центров. Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции. Формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле. Правовые аспекты продажи товаров в розничной торговле. Основные этапы магазиностроения. Технология приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле. Экономическая целесообразность и необходимость деятельности оптовых предприятий в системе товароснабжения. Классификация торгово-посреднических (оптовых) предприятий. Роль складов в системе товароснабжения. Классификация складов. Роль транспорта в торговле. Классификация транспортных средств.

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзамену, а также для самостоятельной работы.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме. Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

Лекция-дискуссия - обсуждение какого-либо вопроса, проблемы, рассматривается как метод, активизирующий процесс обучения, изучения сложной темы, теоретической проблемы.

Важной характеристикой дискуссии, отличающей её от других видов спора, является аргументированность. Обсуждая дискуссионную проблему, каждая сторона, оппонируя мнению собеседника, аргументирует свою позицию. Отличительной чертой дискуссии выступает отсутствие тезиса и наличие в качестве объединяющего начала темы.

Практические занятия:

Практические занятия по дисциплине проводятся с целью приобретения практических навыков в области торгово-закупочной деятельности, управления товарами в сфере обращения.

Практические занятия проводятся в виде собеседований, обсуждений, дискуссий в микрогруппах, решения ситуационных задач, тестовых заданий, экскурсий.

Выполнение практической работы обучающиеся производят как в устном, так и в письменном виде, в виде презентаций и докладов.

Практическое занятие способствует более глубокому пониманию теоретического материала учебного дисциплины, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности обучающихся.

При изучении дисциплины используются следующие формы практических занятий:

- семинар-дискуссия по темам: Методы продажи и правила продажи товаров. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами. Закон РФ «О защите прав потребителей». Возврат и обмен товарами. Основы мерчандайзинга
- конференция по теме: Покупательский спрос
- учебно-ролевая игра по темам: Специализация и типизация торговых розничных предприятий. Принципы размещения розничной торговой сети.
- практикум по темам: Организационно-правовые формы предприятий. Рекламная деятельность. Услуги, оказываемые покупателям магазина. Объемно-планировочные и конструктивные решения проектирования магазина. Приемка товаров по количеству и качеству. Организация и технология приемки товаров на оптовых предприятиях. Технико-экономические показатели работы склада. Транспортные документы на перевозку товаров
- экскурсия - Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе.

Самостоятельная работа:

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку по всем разделам дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью» и включает подготовку к заня-

тиям, написание рефератов, эссе, курсовых работ, подготовку к текущему контролю, промежуточной аттестации.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью» и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРС). Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам университета и кафедры. Во время изучения дисциплины обучающиеся (под контролем преподавателя) самостоятельно оформляют курсовую работу, рефераты и представляют их на занятиях. Написание реферата, курсовых работ, эссе способствует формированию навыков использования учебной и научной литературы, глобальных информационных ресурсов, способствует формированию мышления. Работа обучающегося в группе формирует чувство коллективизма и коммуникабельность. Обучение способствует воспитанию у обучающихся навыков саморазвития, организационной работы, постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения.

Исходный уровень знаний обучающихся определяется тестированием, собеседованием.

Текущий контроль освоения дисциплины проводится в форме устного опроса в ходе занятий, решения типовых ситуационных задач, тестового контроля, выполнения эссе, курсовой работы, рефератов.

В конце изучения дисциплины (модуля) проводится промежуточная аттестация с использованием тестового контроля, проверки практических умений, решения ситуационных задач.

Вопросы по дисциплине включены в государственную итоговую аттестацию выпускников.

5.1. Методика применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий при проведении занятий и на этапах текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий по дисциплине осуществляется в соответствии с «Порядком реализации электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России», введенным в действие 01.11.2017, приказ № 476-ОД.

Дистанционное обучение реализуется в электронно-информационной образовательной среде Университета, включающей электронные информационные и образовательные ресурсы, информационные и телекоммуникационные технологии, технологические средства, и обеспечивающей освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения.

Электронное обучение (ЭО) – организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и преподавателя.

Дистанционные образовательные технологии (ДОТ) – образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и преподавателя. Дистанционное обучение – это одна из форм обучения.

При использовании ЭО и ДОТ каждый обучающийся обеспечивается доступом к средствам электронного обучения и основному информационному ресурсу в объеме часов учебного плана, необходимых для освоения программы.

В практике применения дистанционного обучения по дисциплине используются методики синхронного и асинхронного обучения.

Методика синхронного дистанционного обучения предусматривает общение обучающегося и преподавателя в режиме реального времени – on-line общение. Используются следующие технологии on-line: вебинары (или видеоконференции), аудиоконференции, чаты.

Методика асинхронного дистанционного обучения применяется, когда невозможно общение между преподавателем и обучающимся в реальном времени – так называемое off-line обще-

ние, общение в режиме с отложенным ответом. Используются следующие технологии off-line: электронная почта, рассылки, форумы.

Наибольшая эффективность при дистанционном обучении достигается при использовании смешанных методик дистанционного обучения, при этом подразумевается, что программа обучения строится как из элементов синхронной, так и из элементов асинхронной методики обучения.

Учебный процесс с использованием дистанционных образовательных технологий осуществляется посредством:

– размещения учебного материала на образовательном сайте Университета;

– сопровождения электронного обучения;

– организации и проведения консультаций в режиме «on-line» и «off-line»;

– организации обратной связи с обучающимися в режиме «on-line» и «off-line»;

– обеспечения методической помощи обучающимся через взаимодействие участников учебного процесса с использованием всех доступных современных телекоммуникационных средств, одобренных локальными нормативными актами;

– организации самостоятельной работы обучающихся путем обеспечения удаленного доступа к образовательным ресурсам (ЭБС, материалам, размещенным на образовательном сайте);

– контроля достижения запланированных результатов обучения по дисциплине обучающимися в режиме «on-line» и «off-line»;

– идентификации личности обучающегося.

Реализация программы в электронной форме начинается с проведения организационной встречи с обучающимися посредством видеоконференции (вебинара).

При этом преподаватель информирует обучающихся о технических требованиях к оборудованию и каналам связи, осуществляет предварительную проверку связи с обучающимися, создание и настройку вебинара. Преподаватель также сверяет предварительный список обучающихся с фактически присутствующими, информирует их о режиме занятий, особенностях образовательного процесса, правилах внутреннего распорядка, графике учебного процесса.

После проведения установочного вебинара учебный процесс может быть реализован асинхронно (обучающийся осваивает учебный материал в любое удобное для него время и общается с преподавателем с использованием средств телекоммуникаций в режиме отложенного времени) или синхронно (проведение учебных мероприятий и общение обучающегося с преподавателем в режиме реального времени).

Преподаватель самостоятельно определяет порядок оказания учебно-методической помощи обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

При дистанционном обучении важным аспектом является общение между участниками учебного процесса, обязательные консультации преподавателя. При этом общение между обучающимися и преподавателем происходит удаленно, посредством средств телекоммуникаций.

В содержание консультаций входят:

– разъяснение обучающимся общей технологии применения элементов ЭО и ДОТ, приемов и способов работы с предоставленными им учебно-методическими материалами, принципов самоорганизации учебного процесса;

– советы и рекомендации по изучению программы дисциплины и подготовке к промежуточной аттестации;

– анализ поступивших вопросов, ответы на вопросы обучающихся;

– разработка отдельных рекомендаций по изучению частей (разделов, тем) дисциплины, по подготовке к текущей и промежуточной аттестации.

Также осуществляются индивидуальные консультации обучающихся в ходе выполнения ими письменных работ.

Обязательным компонентом системы дистанционного обучения по дисциплине является электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК), который включает электронные аналоги печатных учебных изданий (учебников), самостоятельные электронные учебные издания (учебники), дидактические материалы для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации, аудио- и видеоматериалы, другие специализированные компоненты (текстовые, зву-

ковые, мультимедийные). ЭУМК обеспечивает в соответствии с программой организацию обучения, самостоятельной работы обучающихся, тренинги путем предоставления обучающимся необходимых учебных материалов, специально разработанных для реализации электронного обучения, контроль знаний. ЭУМК размещается в электронно-библиотечных системах и на образовательном сайте Университета.

Используемые виды учебной работы по дисциплине при применении ЭО и ДОТ:

№ п/п	*Виды занятий/работ*	*Виды учебной работы обучающихся*	
		Контактная работа (on-line и off-line)	*Самостоятельная работа*
1	Лекции	- веб-лекции (вебинары) - видеолекции - лекции-презентации	- работа с архивами проведенных занятий - работа с опорными конспектами лекций - выполнение контрольных заданий
2	Практические, семинарские занятия	- видеоконференции - вебинары - семинары в чате - видеодоклады - семинары-форумы - веб-тренинги - видеозащита работ	- работа с архивами проведенных занятий - самостоятельное изучение учебных и методических материалов - решение тестовых заданий и ситуационных задач - работа по планам занятий - самостоятельное выполнение заданий и отправка их на проверку преподавателю - выполнение тематических рефератов и эссе
3	Консультации (групповые и индивидуальные)	- видеоконсультации - веб-консультации - консультации в чате	- консультации-форумы (или консультации в чате) - консультации посредством образовательного сайта
4	Самостоятельные работы, курсовые работы	- видеозащиты выполненных работ (групповые и индивидуальные) - тестирование	- работа с архивами проведенных занятий - самостоятельное изучение учебных и методических материалов - решение тестовых заданий и ситуационных задач - выполнение самостоятельных / курсовых работ

При реализации программы или ее частей с применением электронного обучения и дистанционных технологий кафедра ведет учет и хранение результатов освоения обучающимися дисциплины на бумажном носителе и (или) в электронно-цифровой форме (на образовательном сайте, в системе INDIGO).

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся по учебной дисциплине с применением ЭО и ДОТ осуществляется посредством собеседования (on-line), компьютерного тестирования или выполнения письменных работ (on-line или off-line).

Раздел 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) (приложение А)

Изучение дисциплины следует начинать с проработки данной рабочей программы, методических указаний, прописанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Успешное изучение дисциплины требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой, Интернет-ресурсами.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяют обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Основной формой промежуточного контроля и оценки результатов обучения по дисциплине является экзамен. На экзамене обучающиеся должны продемонстрировать не только теоретические знания, но и практические навыки, полученные на практических занятиях.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы дисциплины - залог успешной работы и положительной оценки.

Подробные методические указания к практическим занятиям и внеаудиторной самостоятельной работе по каждой теме дисциплины представлены в приложении А.

Раздел 7. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (приложение Б)

Оценочные средства – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательной программы, рабочей программы дисциплины.

ОС как система оценивания состоит из следующих частей:

1. Перечня компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.
2. Показателей и критерий оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.
3. Типовых контрольных заданий и иных материалов.
4. Методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в приложении Б.

Раздел 8. Особенности учебно-методического обеспечения образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

8.1. Выбор методов обучения

Выбор методов обучения осуществляется, исходя из их доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся-инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в группе.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумеваются две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

8.2. Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья

Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Учебно-методические материалы, в том числе для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории обучающихся	***Формы***
С нарушением слуха	- в печатной форме - в форме электронного документа
С нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом - в форме электронного документа - в форме аудиофайла
С ограничением двигательных функций	- в печатной форме - в форме электронного документа - в форме аудиофайла

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

8.3. Проведение текущего контроля и промежуточной аттестации с учетом особенностей нозологий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы оценочные средства, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Форма проведения текущего контроля и промежуточной аттестации для обучающихся - инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающемуся-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на этапе промежуточной аттестации.

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

Категории обучающихся	***Виды оценочных средств***	***Формы контроля и оценки результатов обучения***
С нарушением слуха	Тест	преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С ограничением двигательных функций	решение дистанционных тестов, контрольные вопро-	организация контроля с помощью электронной оболочки

	сы	MOODLE, письменная проверка

8.4. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1) для инвалидов и лиц с ОВЗ по зрению:

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-поводыря, к зданию Университета;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими;

- размещение аудиторных занятий преимущественно в аудиториях, расположенных на первых этажах корпусов Университета;

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий, которая выполняется крупным рельефно-контрастным шрифтом на белом или желтом фоне и дублируется шрифтом Брайля;

- предоставление доступа к учебно-методическим материалам, выполненным в альтернативных форматах печатных материалов или аудиофайлов;

- наличие электронных луп, видеоувеличителей, программ невизуального доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных для обучающихся с нарушениями зрения формах;

- предоставление возможности прохождения промежуточной аттестации с применением специальных средств.

2) для инвалидов и лиц с ОВЗ по слуху:

- присутствие сурдопереводчика (при необходимости), оказывающего обучающемуся необходимую помощь при проведении аудиторных занятий, прохождении промежуточной аттестации;

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров);

- наличие звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств, компьютерной техники, аудиотехники (акустические усилители и колонки), видеотехники (мультимедийный проектор, телевизор), электронная доска, документ-камера, мультимедийная система, видеоматериалы.

3) для инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих ограничения двигательных функций:

- обеспечение доступа обучающегося, имеющего нарушения опорно-двигательного аппарата, в здание Университета;

- организация проведения аудиторных занятий в аудиториях, расположенных только на первых этажах корпусов Университета;

- размещение в доступных для обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий, которая располагается на уровне, удобном для восприятия такого обучающегося;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь при проведении аудиторных занятий, прохождении промежуточной аттестации;

- наличие компьютерной техники, адаптированной для инвалидов со специальным программным обеспечением, альтернативных устройств ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата формах;

4) для инвалидов и лиц с ОВЗ с другими нарушениями или со сложными дефектами - определяется индивидуально, с учетом медицинских показаний и ИПРА.

Дополнения и изменения в рабочей программе учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение (3++)

Направленность (профиль) – Товароведение и экспертиза товаров

Форма обучения очно-заочная

Кафедра менеджмента и товароведения

Автор (ы) Шмакова Л.Н.

На 2025 / 2026 учебный год в рабочую программу вносятся следующие дополнения и изменения:

1. Пункт **4.1. «Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)»** изменить и читать в следующей редакции:

4.1.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие в ЭБС
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
1	Коммерческая деятельность : учебник	Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; ред. Л. П. Дашков	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Основы организации торговли : учебник	О. Н. Гутникова ; ред. Л. П. Дашков.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник	Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц.	Москва : Дашков и К, 2025	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник	Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Методика оценки поведения потребителей в розничной торговле : учебное пособие	Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко.	Москва, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Психология рекламной деятельности : учебник	М. А. Измайлова.	Москва : Дашков и К, 2024.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
7	Организация торговли : учебник	О. В. Памбухчиянц.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
8	Основы рекламы : учебник	Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин.	Москва : Дашков и К, 2023.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. В пункте **4.4. «Перечень информационных технологий, используемых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), программного обеспечения и информационно-справочных систем»**: п. 7. изменить и читать в следующей

редакции:

7. Договор Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 150-249 Node 1 year Educational Renewal License, срок использования с 11.08.2025 до 09.09.2026 г., номер лицензии 2B1E-250808-154818-2-497-4841

3. Пункт **«4.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)»** изменить и читать в следующей редакции:

В процессе преподавания дисциплины (модуля) используются следующие специальные помещения:

Наименование специализированных помещений	*Номер кабинета, адрес*	*Оборудование, технические средства обучения, размещенные в специализированных помещениях*
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	№ 406, 407 г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель (стол и стул преподавателя, столы и стулья ученические), компьютеры с выходом в интернет, мультимедиа проектор, экран, информационно-меловая доска
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	№ 415 г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (тематические стенды, учебные плакаты, мультимедийные презентации, раздаточный материал), нормативно-правовые документы Наглядные материалы (плакаты, каталоги, презентации), технические регламенты Таможенного союза, стандарты, ОКП, ТН ВЭД ТС, СанПиН, нормативные документы
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	№ 407 г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель компьютеры с выходом в интернет, мультимедиа проектор, экран, информационно-меловая доска
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	№ 414 г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (тематические стенды, учебные плакаты, раздаточный материал), нормативно-правовые документы
помещения для самостоятельной работы	№ 418б, читальный зал библиотеки г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. ПК для работы с нормативно-правовой документацией, в т.ч. СПС "Консультант Плюс"
учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	№ 415, 418б, 421 г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	специализированная учебная мебель, компьютер с выходом в интернет, нормативные документы
помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	№ 418а, г. Киров, ул. Владимирская,137 (1 корпус)	стеллажи, шкафы, технический инвентарь

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Дополнения и изменения в рабочей программе рассмотрены на заседании кафедры
«28» августа 2025 г., протокол № 1
Заведующий кафедрой Л. Н. Шмакова

Внесенные изменения и дополнения утверждаю:
И.о. проректора по учебной работе М.П. Разин
18 сентября 2025 г., протокол № 1

Дополнения и изменения в рабочей программе учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза товаров
Форма обучения – очно-заочная
Кафедра менеджмента и товароведения
Автор(ы) зав. кафедрой, к.т.н., доцент Шмакова Л.Н.

С 2025/2026 учебного года в рабочую программу вносятся следующие дополнения и изменения:

1. Пункт **3.4. Тематический план лекций** дополнить и читать в следующей редакции:

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика лекций	Содержание лекций	Трудоемкость (час)	
				сем. № 5	сем. № 6
1	2	3	4	5	6
1	1	Понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети	Понятие формата розничного торгового предприятия. Систематизация форматов розничных торговых предприятий по совокупности признаков. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары. Материально-техническая база розничной торговли. Показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети. Организационно-правовые формы торговых предприятий.	2	
2	1	Классификации розничной торговой сети	Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей. Классификация розничной торговой сети по стационарности, специализации, типу розничных торговых предприятий. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним.	2	
3	2	Принципы размещения розничной торговой сети	Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия. Индекс насыщения торговыми услугами. Выбор типа места расположения торгового предприятия (отдельно стоящие торговые предприятия, центральные деловые районы, торговые центры). Преимущества и недостатки различных типов места расположения.	2	
4	2	Определение и классификация торговых центров	Определение торговой зоны розничного торгового предприятия. Характеристика ближней, средней и дальней торговых зон магазина. Факторы, влияющие на изменение размера торговой зоны. Форма и структура торговых зон магазина.	2	
5	3	Организация процесса розничной продажи товаров, его основные операции	Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Показатели оценки качества торгового обслуживания. Понятия скорости и культуры торгового обслуживания.	2	
6	3	Формы обслуживания покупателей,	Магазинные методы продажи товаров, их характеристика. Внемагазинные методы продажи товаров (прямая розничная торговля, прямые	2	

		применяемые в розничной торговле	личные продажи; продажа товаров через торговые автоматы): их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. Услуга розничной торговли. Классификация услуг розничной торговли. Общие требования к услугам торговли.		
7	3	Правовые аспекты продажи товаров в розничной торговле	Правила, регулирующие деятельность розничных торговых предприятий. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила розничной торговли. Защита прав потребителей. Организация государственного контроля торговли.	2	
8	4	Основные этапы магазиностроения	Состав и взаимосвязь помещений магазина, их классификация. Требования нормативной документации, предъявляемые к технологической планировке магазина. Определение оптимального размера и устройства торгового зала. Значение планировки торгового зала как одного из инструментов мерчандайзинга. Требования, предъявляемые к планировке торгового зала магазина. Расположение системы «вход-выход» в торговом зале. Разделение торгового зала на функциональные зоны и расположение там товарных категорий. Проблема «сильных» и «слабых» мест расположения товаров в торговом зале и пути ее решения. Основы мерчандайзинга.		2
9	4	Технология приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже	Общие правила приемки товаров. Приемка товаров по количеству и качеству. Размещение и укладка товаров, режимы хранения, технология предварительной подготовки товаров к продаже, товарные потери в магазине.		2
10	4	Формирование ассортимента товаров в розничной торговле	Задачи и методы изучения покупательского спроса. Понятие о торговом ассортименте. Сущность и значение закупочной работы. Технология закупки товаров.		2
11	5	Экономическая целесообразность и необходимость деятельности оптовых предприятий в системе товароснабжения	Факторы, влияющие на выбор поставщиков-посредников. Мероприятия по осуществлению системы стимулирования продвижения товаров на рынок в оптовой торговле. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.		2
12	5	Классификация торгово-посреднических (оптовых) предприятий	Оптовые торговые предприятия как посредническое звено в системе рыночных отношений. Классификация торгово-посреднических предприятий.		2
13	6	Роль складов в системе товароснабжения	Особенности планировочно-технологических решений. **Использование искусственного интеллекта в коммерческой деятельности: роль и значение ИИ в современной торговле: глобальные тренды и перспективы, чат-боты и виртуальные ассистенты в обслуживании клиентов, персонализация предложений на кассах и в мобильных приложениях, прогнозирование объемов поставок и оптимизация запасов с помощью ИИ, предиктивное обслуживание**		2

			оборудования на складах с использованием ИИ и IoT, автоматизация складских операций (роботы и ИИ для инвентаризации, комплектации заказов, автономные погрузчики, сортировщики), компьютерное зрение для контроля качества товаров на производстве и складах (выявление дефектов), умные полки и системы самообслуживания, умные кассы и системы самообслуживания (распознавание товаров по изображению, весу, биометрическая оплата), умные весы, умные ценники, Big Data в ритейле, виртуальные магазины и AR-примерочные, ИИ в системах видеонаблюдениях		
14	6	Классификация складов	Виды складских помещений и категории складских площадей. Складское оборудование.		2
15	7	Роль транспорта в торговле	Виды транспорта, используемого для транспортировки грузов в торговле. Особенности функционирования в торговле железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, гужевого транспорта. Эффект от использования различных видов транспорта в торговле. Состав технического обеспечения и материально-техническая база транспорта.		2
16	7	Классификация транспортных средств	Особенность и сфера применения различных видов транспорта. Технико-экономические показатели эффективности использования железнодорожного и автомобильного транспортного средства. Особенности перевозки товаров водным и воздушным транспортным средством. Понятие и содержание транспортно-экспедиционных операций. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания. Документальное оформление перевозок.		2
Итого:				**14**	**18**

2. Пункт **3.5. Тематический план практических занятий (семинаров)** дополнить и читать в следующей редакции:

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Содержание практических (семинарских) занятий	Трудоемкость (час)	
				сем. №5	сем. № 6
1	2	3	4	5	6
1	1	Организационно-правовые формы предприятий	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучение ГК РФ по вопросам организационно-правовых форм предприятий, решение ситуационных задач	0,5 1,5	
2	1	Специализация и типизация торговых розничных предприятий	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Проанализировать действующую розничную торговую сеть с учетом специализации и типизации магазинов.	0,5 1,5	
3	2	Принципы размещения розничной торговой сети	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Определить потребность в строительстве или закрытии определенных типов магазинов в дальнейшем будущем.	0,5 1,5	
4	3	Методы продажи и правила продажи товаров	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить методы продажи и правила продажи	1 3	

			товаров, изучить правила продажи товаров в кредит, решение ситуационных задач		
5	3	Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить правила комиссионной торговли непродовольственными товарами. решение ситуационных задач	0,5 1,5	
6	3	Закон РФ «О защите прав потребителей». Возврат и обмен товарами	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить Закон РФ «О защите прав потребителей», изучить правила возврата и обмена товаров, решение ситуационных задач	1 3	
7	3	Рекламная деятельность	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Классификация и характеристика средств рекламы. Социальная реклама. Эффективность социальной рекламы по проблемам алкоголизма и курения. Правовое регулирование рекламной деятельности. Решение ситуационных задач.	2 4	
8	3	Услуги, оказываемые покупателям магазина	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить и проанализировать услуги, оказываемые в РТС и оптовой торговле		0,5 1,5
9	4	Объемно-планировочные и конструктивные решения проектирования магазина	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить нормы проектирования магазинов. Рассчитать общую площадь магазина с учетом СНиП.		1 3
10	4	Основы мерчандайзинга	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить основы мерчандайзинга. Проанализировать правила мерчандайзинга в РТС		1 3
11	4	Приемка товаров по количеству и качеству	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить инструкции П-6 и П-7 по приемке товаров по количеству и качеству. Оформить акты о приемке товаров по количеству и качеству. Решение ситуационных задач		0,5 1,5
12	4	Покупательский спрос	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Разработать анкету для проведения опроса покупателей. Провести анкетирование.		1 3
13	5	Организация и технология приемки товаров на оптовых предприятиях	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Формирование ассортимента. Изучить порядок приемки товаров на оптовых предприятиях. Принять участие в приемке товаров. Решение ситуационных задач.		1 3
14	6	Технико-экономические показатели работы склада	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Изучить задачи и основные направления механизации технологических складских операций. Рассчитать потребности в средствах механизации складов		0,5 1,5
15	6	Организация торгово-технологического процесса на	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Экскурсия **Опыт внедрения искусственного интеллекта в**		0,5 1,5

		оптовом складе	**коммерческую деятельность**		
16	7	Оформление транспортных документов на перевозку товаров	Беседа по теме занятия. Практическая подготовка: Оформить транспортные документы на перевозку товаров		0,5 1,5
Итого:				**22**	**26**

Дополнения и изменения в рабочей программе рассмотрены на заседании кафедры
«17» февраля 2026 г., протокол № 7
Зав. кафедрой Л.Н. Шмакова

Внесенные изменения и дополнения утверждаю:
Проректор по учебной работе Е.Н. Касаткин
«19» февраля 2026 г., протокол № 3

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кировский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра менеджмента и товароведения

Приложение А к рабочей программе дисциплины (модуля)

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
«Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
Направленность (профиль) ОПОП – Товароведение и экспертиза товаров
Форма обучения очно-заочная

Раздел 1. Розничная торговая сеть: как основной элемент коммерческой деятельности
Тема 1.1: Организационно-правовые формы предприятий.

Цель: Познакомить студентов с организационно-правовыми формами предприятий. Овладение теоретическими знаниями о сущности и основных функциях коммерческой деятельности.

Задачи:

менеджмент и организация процессов товародвижения на всех этапах жизненного цикла товаров и сырья;

управление ассортиментом торгового предприятия;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

рассмотреть организационно-правовые формы предприятий

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Организационно-правовые формы предприятий.

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

определить организационно-правовые формы предприятий

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли
основами планирования производственной деятельности предприятия
основами продвижения товаров

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- понятие коммерческой деятельности
- в чем отличие понятий «торговля» и «коммерция» и «предпринимательство»
- содержание коммерческой работы в торговле

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 1. Организационно-правовые формы предприятий.

1. Изучить ГК РФ по вопросам организационно-правовых форм предприятий

2. Решение ситуационных задач

1) Иванов Алексей купил у своего соседа Николая телевизор. Через два дня Алексей обнаружил в корпусе телевизора трещину.

Может ли Алексей защитить свои права с помощью Закона «О защите прав потребителей»? Если да, то как?

2) Вы решили открыть магазин розничной торговли по продаже мясных товаров (цветов).

а) какую организационно-правовую форму Вы бы выбрали? Докажите преимущество данной формы.

б) какие документы требуется представить для государственной регистрации?

в) на что Вы бы обратили внимание, чтобы обеспечить рациональную организацию процесса товародвижения?

г) какую форму товародвижения Вы бы выбрали?

д) проведите оценку риска

е) предложите свои способы уменьшения риска

3) Приятели решили создать предприятие по мойке автомобилей. В учредительном договоре о создании полного товарищества в составе 2 человек было записано, что прибыль делится между полными товарищами пропорционально их вкладам. Споров не возникало, пока один из них не заболел, а другой вынужден был работать за двоих. Проболевший в течение 2 месяцев участник товарищества возражал против уменьшения своей доли при распределении прибыли. При этом он ссылался на устав, который был подписан всеми товарищами.

Кто из спорящих прав? С чьим мнением согласится суд, если они не придут к согласию?

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Охарактеризуйте развитие коммерческой деятельности в России

2. Назовите главные задачи развития и совершенствования коммерческой работы на современном этапе

3. Как подразделяются юридические лица, в зависимости от форм собственности, по основным целям деятельности.

4. Дайте характеристику полного товарищества и товарищества на вере.

6. Назовите характерные признаки общества с ограниченной ответственностью.

5. Назовите особенности акционерного общества. Какие разновидности акционерных обществ вы знаете.

6. Что нужно сделать, чтобы создать предприятие? Какие документы необходимо подготовить и какие данные в них необходимо отразить?

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Понятие «коммерция» означает:

а) торговля

б) бизнес

в) предпринимательство

г) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли

2. Выдели верное предложение:

а) Понятия «коммерция», «торговля», «предпринимательство» являются словами синонимами

б) Коммерция - вид торгового предпринимательства или бизнеса

в) Предпринимательство – вид коммерческой деятельности

г) Торговля более широкое понятие, чем коммерческая деятельность

3. Объектами коммерческой деятельности являются:

а) товары

б) услуги

в) индивидуальные предприниматели

в) посредники

г) все ответы верные

4. Субъекты коммерческой деятельности:

а) производители

б) товары

в) посредники

г) кредиторы

5. Методы исследования коммерческой деятельности:

а) полевые

б) кабинетные

в) предварительные

г) все ответы правильные

6. Ведущим из общенаучных методов исследования коммерческой деятельности является:

а) кабинетный

б) описательный

в) экономический

г) системный

7. Методы управления в организации подразделяются на:

а) организационно-распорядительные

б) экономические

в) правовые

г) нет верных ответов

8. Звенность товародвижения:

а) количество складских звеньев

б) количество субъектов и объектов

в) способы продвижения товаров от производителя к потребителю

г) нет верного ответа.

9. Различают следующие формы товародвижения:

а) транспортная

б) транзитная

в) экономическая

г) складская

10. Какую форму товародвижения целесообразно использовать при оптовой продаже товаров простого ассортимента?

а) складскую

б) транзитную

в) транзитно-складскую

г) оптово-транзитную

11. Какие коммерческие операции предшествуют процессу товародвижения?

а) изучение и прогнозирование спроса оптовых и розничных предприятий; разработка предметной основы договоров, заключение договоров; воздействие на поставщиков в части ассортимента и качества товаров; обобщение информации о товарном предложении, конъюнктуре рынка и конкурентной ситуации;

б) разработка проектов договоров; отборка товаров; комплектование товарных партий; товароснабжение розничной торговой сети; заключение договоров; отпуск товаров в зале товарных образцов; рекламно-информационная деятельность;

в) оформление договоров поставки; обобщение информации о товарах, конъюнктуре рынка, его объеме, открытости и географических границах; учет и контроль выполнения договорных обязательств; осуществление претензионной работы; хранение товаров; расчетные операции за товары;

г) формирование товарного ассортимента; уточнение предметной части договоров поставки; оптовая продажа товаров; информационное обеспечение коммерческой деятельности; оказание услуг консультационного, юридического, финансового характера; осуществление рекламно-информационных мероприятий.

12. Под «коммерцией» понимают:

а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;

б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;

в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;

г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаро

13. Первые упоминания о российских предпринимателях относятся к:

а) IX – X вв.

б) IV-V вв.

в) VII-VIII вв.

г) XV-XVI вв.

14. В зависимости от форм собственности юридические лица делятся на:

а) частные

б) некоммерческие

в) государственные

г) муниципальные

15. По основным целям деятельности юридические лица делятся на:

а) коммерческие

б) некоммерческие

в) государственные

г) все ответы верные

16. Простая структура хозяйственных связей предполагает:

а) установление хозяйственных связей по поставкам товаров между предприятиями-изготовителями и оптовыми предприятиями с участием посредников;

б) установление хозяйственных связей по поставкам товаров между поставщиками и посредниками, без участия оптовых предприятий;

в) установление хозяйственных связей по поставкам товаров между изготовителями и розничными предприятиями с участием посредников;

г) установление хозяйственных связей по поставкам товаров между предприятиями-изготовителями и предприятиями и торговыми предприятиями без участия посредников.

17. Отметь правильное выражение:

а) По числу участвующих сторон сделки могут быть односторонними, двух- или многосторонними

б) По числу участвующих сторон сделки могут быть двух- или многосторонними

в) Сделки совершаются только в письменной форме

г) Двусторонние и многосторонние сделки называются деловыми письмами.

18. В чем отличие предпринимательства от коммерции?

а) нет отличий

б) предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;

в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

г) нет верного ответа.

19. Отметь правильные выражения:

а) Коммерческая деятельность без рисков невозможна

б) Продолжительность мероприятия по контролю не должна превышать два месяца.

в) Плановое мероприятие по контролю может быть проведено не более чем один раз в пять лет

г) Плановое мероприятие по контролю малого предприятия может быть проведено не ранее чем через три года с момента его государственной регистрации.

4) Подготовить реферат по темам:

1. Развитие коммерческой деятельности в России.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

6) Написать эссе

1. Коммерция в моей профессиональной деятельности

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 1. Розничная торговая сеть: как основной элемент коммерческой деятельности

Тема 1.2: Специализация и типизация розничных торговых предприятий.

Цель: Познакомить студентов с типами торговых предприятий. Овладение теоретическими знаниями о сущности и основных функциях торговой сети

Задачи:

менеджмент и организация процессов товародвижения на всех этапах жизненного цикла товаров и сырья;

управление ассортиментом торгового предприятия;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

рассмотреть виды розничной торговой сети

обучить правильному определению типа и специализации магазина

изучить основные признаки, по которым определяется тип магазина

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Объекты товароведной деятельности, основные характеристики товаров (количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные). Этапы жизненного цикла товаров.

типы организационных структур управления и виды торговых предприятий по форме собственности

виды магазинов по специализации и типизации

понятие, экономическая сущность и основные функции розничной торговой сети

классификации розничной торговой сети

характеристику современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары

показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

определить тип и специализацию магазина по определенным признакам

рассчитывать показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Навыками самостоятельного приобретения новых знаний, а также навыками передачи знаний, связанных с использованием математики и физики в товароведных и экспертных исследованиях.

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

основами планирования производственной деятельности предприятия

основами продвижения товаров

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- структура розничных торговых предприятий
- виды розничных торговых предприятий
- выбор типа и специализации магазина

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 2. Специализация и типизация розничных торговых предприятий.

1. Проанализировать действующую розничную торговую сеть с учетом специализации и типизации магазинов. Задание оформить в виде таблицы.

Специализация - это		
Виды специализированных магазинов	Определение	Пример
Типизация - это		
Типы магазинов	Определение	Пример

2. Деловая игра: открыть новое торговое розничное предприятие, определить тип и выбрать специализацию

Открытие нового торгового предприятия:

- по стационарности
- по товарно-ассортиментному профилю
- по форме продаж и методу обслуживания
- по материально-технической базе
- по цене
- специализация и типизация предприятия
- название, вывеска
- распределение должностей

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

- понятие, значение и классификация розничной торговой сети. Виды розничных торговых предприятий
- типы и типизация розничных торговых предприятий. Характеристика розничных торговых предприятий по уровню цен и по принадлежности
- характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей
- формат розничного торгового предприятия: понятие, основные и дополнительные характеристики. Характеристика современных форматов магазинов в продовольственной и непродовольственной рознице
- материально-техническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним. Количественные и качественные характеристики развития розничной торговой сети

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. К стационарной сети относят

а) магазины

б) автомагазины

в) павильоны

г) киоски

д) палатки

2. Мелкорозничная сеть представлена

а) небольшими магазинами

б) павильонами

в) киосками

г) небольшими магазинами, павильонами, киосками

3. Тип предприятия розничной торговли – это предприятие, определенного вида, классифицированное по … и формам торгового обслуживания покупателей

а) площади

б) торговой площади

в) ассортименту реализуемых товаров

4. Павильон – это оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещение для …, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест

а) хранения товарного запаса

б) подготовки товаров к продаже

в) хранения тары и вспомогательных материалов

5. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

А) ассортимент товаров; величина предприятия;

Б) способ продаж; объем услуг;

В) расположение; организационно правовая форма;

Г) ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;

Д) величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

4) Подготовить реферат по темам:

1. Корпоративные сети розничных торговых предприятий: особенности и перспективы развития в РФ.
2. Классификация розничной торговой сети и ее значение в оптимизации оперативных процессов в магазинах.
3. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий.
4. Факторы, влияющие на конкурентоспособность магазина

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

6) Изучить тему Профессиограмма работника коммерческой службы:

О*тветить на вопросы*

1. Что такое профессиограмма?
2. Кем должна быть составлена профессиограмма?
3. На какие вопросы отвечает профессиограмма?

Ознакомьтесь с должностными обязанностями работников коммерческой службы.

Составьте профессиограмму по любой из перечисленных должностей.

Подготовьте презентацию профессии.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный

ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 2. Размещение розничного торгового предприятия

Тема 2.1: Принципы размещения розничной торговой сети.

Цель: Познакомить студентов с принципами размещения розничной торговой сети. Овладение теоретическими знаниями о принципах размещения розничной торговой сети

Задачи:

осуществление торгово-закупочной деятельности и повышение ее эффективности;

рассмотреть принципы размещения розничной торговой сети

изучить зоны коммерческой активности и типы торговых пространств

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

виды магазинов по специализации и типизации

принципы размещения розничной торговой сети

Выбор региона расположения торгового предприятия

Индекс насыщения торговыми услугами

Выбор типа места расположения торгового предприятия

Преимущества и недостатки различных типов места расположения

Обучающийся должен уметь:

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

выбрать месторасположение вновь открываемого магазина

провести оценку и выбор конкретного места расположения розничного торгового предприятия.

рассчитать факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия

Обучающийся должен владеть:

Современной технологией торговли

навыками постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов.

навыками управления основными характеристиками товаров на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов, методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- зоны коммерческой активности
- типы торговых пространств

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 3. Принципы размещения розничной торговой сети.

1. Определить потребность в строительстве или закрытии определенных типов магазинов в дальнейшем будущем.

2. Открыть новое торговое розничное предприятие

В новом торговом предприятии выбрать организационную структуру управления

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

- Какие градостроительные факторы влияют на размещение магазинов и торговых центров?
- Каковы принципы размещения розничной торговой сети?
- Какие факторы влияют на изменение размера торговой зоны
- Назовите формы и структуру торговых зон магазина

3) Подготовить реферат по темам:

1. Методы размещения розничной торговой сети и их роль в повышении социальной значимости торговли.
2. Размещение розничной торговой сети как условие активизации процесса продажи товаров.
3. Размещение магазина как устойчивый фактор его конкурентного преимущества (на основании реальных примеров розничных торговых предприятий).
4. Создание торгово-развлекательных центров в России: состояние и перспективы развития.

4) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

5) Написать эссе

Размещение розничной торговой сети в Кировской области

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 3. Организация торгового обслуживания покупателей

Тема 3.1: Методы продажи и правила продажи товаров.

Тема 3.2: Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами

Цель: Познакомить студентов с методами и правилами продажи товаров. Овладение теоретическими знаниями об организация процесса розничной продажи товаров, его основных операций.

Задачи:

осуществление торгово-закупочной деятельности и повышение ее эффективности;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение за-

явок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса;

менеджмент и организация процессов товародвижения на всех этапах жизненного цикла товаров и сырья;

менеджмент качества и безопасности потребительских товаров на всех этапах производства и товародвижения;

управление ассортиментом торгового предприятия;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

организация и оказание консалтинговых услуг по характеристике потребительских свойств отдельных категорий и видов товаров, ознакомление покупателей с потребительскими свойствами и преимуществами новых товаров;

разработка мероприятий, направленных на соблюдение прав потребителей, анализ претензий и подготовка материалов по рассмотрению претензий покупателей;

недопущение попадания в продажу (или изъятие из продажи) товаров ненадлежащего качества, с истекшим сроком годности и имеющих критические дефекты;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

разработка и организация оказания торговых услуг покупателям, разработка предложений по реализации сопутствующих и новых товаров;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

рассмотреть все методы продажи товаров

обучить внемагазинным методам продажи товаров

изучить правила продажи товаров в кредит

Рассмотреть формы обслуживания покупателей, применяемые в розничной торговле

Обучающийся должен знать:

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

методы продажи товаров и их характеристику

системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров

качество торгового обслуживания

правила продажи отдельных видов товаров

основы законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

Принимать и совершать юридически значимые действия в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей и др.

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

определять метод продажи товаров в розничных торговых предприятиях

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

Основами законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

навыками изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, морально-этической аргументации, ведения дискуссий и круглых столов, принципами этики торговли

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- магазинные методы продажи товаров
- внемагазинные методы продажи товаров

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 4, 5. Методы продажи и правила продажи товаров. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами

1. Изучить методы продажи товаров
2. Изучить правила продажи товаров

Изучить Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» (далее - Правила продажи)

3. Изучить правила продажи товаров в кредит
4. Изучить Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами
5. Решить ситуационные задачи:

1. К директору магазина «Хлеб» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол директора разрезанную булку хлеба столового, в которой на срезе видны нити от мешковины. Что должен предпринять директор магазина?

2. В магазин поступил новый вид сыра. Покупатель попросил попробовать его. Как должен поступить продавец?

3. Покупательница купила 3 м ткани, но оказалось, что ткань разонравилась. Можно ли обменять данный товар? Если можно, то в какой срок?

4. Я купила сумочку, но мне разонравился ее цвет. Купила я ее неделю назад в магазине, даже чек сохранила. Могу ли я вернуть ее в магазин?

5. В магазине дама пытается объяснить продавцу, что отрез ткани для выбранной модели мал, и просит поменять. Как поступить продавцу?

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятиям «форма торгового обслуживания» и «методы продажи товаров».

2. Назовите и поясните порядок использования различных видов магазинных карточек.

3. Разберите сущность трех вариантов организации пунктов обслуживания по смарт-картам.

4. Сформируйте проблемы, решение которых позволит расширить масштабы деятельности электронной торговли.

5. Что предусматривают требования социального назначения услуги торговли?

6. Что включается в понятие функциональной пригодности услуги розничной торговли?

7. Требования технологичности услуги торговли предусматривают какие аспекты?

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Формы продажи товаров -

а) магазинные

б) магазинные и внемагазинные

в) самообслуживание

г) продажа по образцам

2. Безопасность услуги торговли представляет собой комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску … потребителя.

а) жизнь, здоровье и имущество

б) жизнь

в) жизнь и здоровье

3. Примером формы торгового обслуживания может быть

а) салонное обслуживание

б) самообслуживание

в) обслуживание продавцом-консультантом в магазинах самообслуживания

4. Скорость торгового обслуживания – среднее время, затрачиваемое на обслуживание …

а) одного покупателя

б) всех покупателей, находящихся торговом зале

в) одним кассиром-контролером

5. Установите последовательность операций с товарами до предложения их покупателям:

1) разгрузка транспортных средств;

2) доставка товара в зону приема;

3) приемка товара по количеству и качеству;

4) доставка товара в зону хранения, подготовка к продаже или непосредственно в торговый зал в зависимости от степени готовности к продаже);

5) хранение товаров;

6) подготовка к продаже;

7) перемещение в торговый зал, выкладка на торговом оборудовании.

6. Установите последовательность операций обслуживания покупателей

1) встреча покупателей;

2) предложение, показ товара;

3) отбор товаров покупателями;

4) расчет за отобранные товары;

5) оказание покупателям дополнительных услуг.

4) Решить ситуационные задачи:

1. Гражданин купил комплект постельного белья в подарок жене, но оказалось, что пододеяльник не подходит по размеру. Можно ли обменять данный товар? Если можно, то в какой срок?

2. Покупательница обратилась в магазин с просьбой принять назад сапоги женские, не подошедшие ей по размеру и вернуть деньги. Товар был приобретен несколько часов назад. Заведу-

ющий отделом отказался произвести такой обмен. Кто прав в данной ситуации? Ваши действия в качестве заведующего? Ответ обоснуйте.

3. Покупатель приобрел в магазине 12.03 сыр, а 13.03 обратился в магазин с жалобой о некачественном сыре. 13.03 государственным инспектором по качеству товаров установлено: сыр Костромской жирность 45%, выработанный заводом № 26 Кировской области 14.01 т.г. варка № 3, имеет следующие показатели: хороший вкус, но слабовыраженный аромат, рыхлую, крошливую консистенцию, губчатый рисунок, поврежденную корку и частично осыпавшийся парафин. Сделайте вывод об обоснованности жалобы покупателя. Какое решение должен принять директор? Укажите причины дефектов. Составьте маркировку на данный вид сыра.

4. В магазин обратилась с жалобой покупательница, которая приобрела карамель «Клубника со сливками», просила вернуть ей деньги. Директор магазина не удовлетворил просьбу покупателя. Краева обратилась в Отдел по защите прав потребителей. Результаты анализа – мятой карамели 3%, отклонение начинки 2%. Правильно ли отказал директор покупателю? Ответ обоснуйте. Дайте заключение о качестве карамели. Определите срок годности данной карамели.

5) Подготовить реферат по темам:

1. Магазинные формы обслуживания покупателей: их сравнительная характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли.
2. Внемагазинные формы обслуживания покупателей: их сравнительная характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли.
3. Организация процесса продажи отдельных групп товаров личного потребления.
4. Дистанционная торговля.
5. Электронная торговля

6) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

7) Написать эссе

1. Соблюдение правил продажи в розничной торговой сети

2. Мое отношение к дистанционной торговле

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 3. Организация торгового обслуживания покупателей

Тема 3.3: Закон РФ «О защите прав потребителей». Возврат и обмен товаров.

Цель: Формирование знаний в области защиты прав потребителей.

Задачи:

Изучить закон РФ «О защите прав потребителей»

Изучить правила возврата и обмена товаров надлежащего н ненадлежащего качества.

Обучающийся должен знать:

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

методы продажи товаров и их характеристику

системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров

качество торгового обслуживания

правила продажи отдельных видов товаров

основы законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

Принимать и совершать юридически значимые действия в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей и др.

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

определять метод продажи товаров в розничных торговых предприятиях

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

Основами законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

навыками изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, морально-этической аргументации, ведения дискуссий и круглых столов, принципами этики торговли

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- основные понятия, используемые в Законе РФ «О защите прав потребителей»

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 6. Закон РФ «О защите прав потребителей». Возврат и обмен товаров.

1. Изучить Закон РФ «О защите прав потребителей»
2. Изучить правила возврата и обмена товаров надлежащего качества
3. Изучить правила возврата и обмена товаров ненадлежащего качества
4. Решить ситуационные задачи:

1. Допустим, вы стали жертвой мошенничества: некто позвонил, представившись сотрудником банка, и попросил вас назвать данные банковской карты для подключения какой-то услуги. После этого с вашей карты были списаны все деньги. Дает ли закон вам право требовать возмещения убытков с банка?

2. Родители подарили Вам банковскую дебетовую карту. Вдруг на телефон Вам приходит СМС «Уважаемый клиент! Ваша карта заблокирована, была попытка несанкционированного снятия денег. Для возобновления пользования счетом сообщите по телефону******* данные по Вашей карте: № и CVC-код. В ближайшее время вопрос будет решён. Банк России». Ваши действия в данной ситуации? Свой ответ аргументируйте.

3. Покупатель приобрел стиральную машину иностранного производства. Инструкции на русском языке нет. Как установить программу для работы машины покупатель не знает. Что делать покупателю?

4. Гражданин Левин Ю.В. приобрел в ювелирном магазине для своей невесты кольцо из белого золота с бриллиантом в 2 карата. При покупке им был получен сертификат на ограненный камень и было проверено наличие оттиска именника изготовителя. Вместе с кольцом гр. Левину был передан товарный чек, в котором указывалось наименование товара и продавца, проба, вид и характеристика драгоценного камня, артикул, дата продажи и цена товара, подпись продавца. Через неделю, поссорившись со своей невестой, гр. Левин решил сдать кольцо обратно в магазин, куда и пришел с требованием расторгнуть договор купли-продажи. Однако, магазин отказался принять кольцо обратно и вернуть денежные средства, ссылаясь на то, что кольцо полностью соответствует качеству. В таком случае гр. Левин потребовал поменять данное кольцо на другое изделие. Но и в этом случае получил отказ. На чьей стороне закон?

5. Гражданин Иванов заказал товар по телефону, предварительно увидев его с подробным описанием в телемагазине. Оплатил его по безналичному расчету через банк. После чего, курьер доставил товар полностью несоответствующий описанию в телемагазине. Может ли покупатель потребовать предоставить ему товар, соответствующий описанию? И если, ему отвечают, что весь товар такого качества, может ли он потребовать возврата денег?

6. Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

7. На упаковке печенья, которое приобрёл покупатель, было написано «Акционерное общество открытого типа «Большевик», ГОСТ, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал. В 100 г продукта: белка 7,5 г, жира 12,1 г, углеводов 71,2 г, дата изготовления. А какая вообще информация должна быть на упаковке?

8. Когда покупательница приобретала губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

9. Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Какие права имеет потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества?

2. В чем заключаются особенности прав потребителей при покупке товаров с недостатками в комиссионных магазинах?

3. Что является основанием для предъявления потребителем претензий из-за ненадлежащего качества товара?

4. Каков порядок доставки товаров, подлежащих замене или возврату?
5. Как исчисляется гарантийный срок товара или срок его службы?
6. Каковы размеры неустойки за невыполнение требований потребителя в срок?

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Установите соответствие

1. потребитель	А) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям
2. изготовитель	Б) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи
3. исполнитель	В) гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности
4. продавец	Г) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору
5. импортер	Д) организация, осуществляющая определенную деятельность, или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностранным продавцом), выполняющие определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченные им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностранным продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества
6. уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель	Е) организация независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, осуществляющие импорт товара для его последующей реализации на территории Российской Федерации

2. Установите соответствие

1. срок годности	А) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки
2. срок службы	Б) период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя
3. гарантийный срок	В) период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению.

3. С какого момента наступает гарантийный срок товара?

А) С момента передачи товара потребителю

Б) с момента изготовления товара

В) не устанавливается

4. Может ли покупатель предъявить свои требования без наличия чека?

А) Да

Б) Нет

5. В течение скольких дней происходит замена некачественного товара?

А) 7 дней

Б) 14 дней

В) в течение всего времени, пока не появится подобный товар

6. На какие товары устанавливается срок годности?

А) продукты питания,

Б) медикаменты,

В) товары бытовой химии.

Г) одежда

7. Срок годности — это:

А) период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению;

Б) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуются обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки;

В) период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель обязан удовлетворить требования потребителя.

8. Обменять товар надлежащего качества потребитель может в течение

А) 10 дней

Б) 14 дней

В) 20 дней

9. Продавец (исполнитель) … без согласия потребителя выполнять дополнительные работы (услуги) за плату

А) вправе

Б) не вправе

10. Вставьте пропущенное в предложении слово:

“Отношения граждан регулируются законом о защите прав потребителей лишь в том случае, когда товары или услуги приобретаются для _____нужд, не связанных с извлечением прибыли». (личных)

11. Какой из приведенных случаев содержит нарушение прав потребителя?

А) гражданин приобрел в комиссионном магазине бывший в употреблении ноутбук

Б) билетный кассир продал гражданину билет в театр, а в нагрузку к нему билеты в цирк

В) гражданин сдал в ломбард принадлежащие ему золотые часы

Г) продавец палатки на рынке продал гражданину чайник со скидкой в 20%

12. Как исчисляется гарантийный срок сезонных товаров?

А) с момента передачи товара потребителю, если иное не предусмотрено договором;

Б) с момента наступления сезона, срок наступления которого определяется соответственно субъектами РФ;+

В) с момента наступления сезона, срок наступления которого определяется Правительством РФ;

Г) с момента наступления сезона, срок наступления которого определяется органами местного самоуправления

4) Решить ситуационные задачи:

1. Гражданин Иванов привез холодильник в ремонтную мастерскую фирмы-производителя. Холодильник не приняли, сказав, что запчастей нет, так как данную модель холодильника сняли с

производства год назад. Обязана ли мастерская принять холодильник на ремонт? Может ли покупатель в данной ситуации обменять холодильник на аналогичную модель?

2. Гражданка Петрова собралась приобрести в магазине понравившееся ей кресло. Но продавец сказал, что это кресло продается только в комплекте с пуфиком. Она долго спорила с продавцом, отстаивая свое право купить кресло, но в итоге ей пришлось купить полный комплект. Может ли гражданка Петрова потребовать возмещения убытков, вследствие нежелательной покупки пуфика? Прав ли в данной ситуации продавец?

3. Гражданка Шуленина А.А. приобрела в магазине «Мир» бытовую печь СВЧ. Через неделю печь вышла из строя и гр. Шуленина отдала ее в ремонт. В то же время она обратилась в магазин, где была совершена покупка, и потребовала в соответствии со ст. 20 п 2. Закона РФ «О защите прав потребителей» безвозмездно предоставить ей на период ремонта аналогичную печь СВЧ. Магазин ответил отказом. На чьей стороне закон?

4. Гражданин Иванов купил в магазине электроники комплектующие к своему компьютеру, изложив при этом продавцам свои требования к товару. Придя домой, он обнаружил несоответствие товара поставленным требованиям. Вернувшись в магазин, он заявил о несоответствии товара требованиям, с целью обменять товар. Продавцы направили его в гарантийный центр, сказав, что обмен проводится через него. Вопрос: Обязаны ли были продавцы обменять товар в точке продажи?

5. Гражданин Иванов, привёз холодильник в ремонтную мастерскую фирмы-производителя. Холодильник не приняли, сказав, что запчастей на него нет, поскольку его сняли с производства год назад. Вопрос: Обязана ли была мастерская принять холодильник на ремонт?

6. Покупатель купил товар, на котором не был указан срок его службы. По истечении 4-х лет товар сломался, причинив материальный и физический вред покупателю.

Может ли покупатель потребовать возмещения ущерба от производителя?

5) Написать эссе по теме «Применение закона РФ «О защите прав потребителей в Вашей жизни»

6) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

7) Встреча с представителями отдела защиты прав потребителей

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 3. Организация торгового обслуживания покупателей

Тема 3.4: Рекламная деятельность.

Цель: формирование знаний в области рекламной деятельности как эффективной форме в общем комплексе маркетинга предприятия (организации), позволяющей привлекать отечественного покупателя к тому или иному товару (услуге).

Задачи:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- дать представление о понятии современной теории рекламы и формирование умений ее практического использования;

- развитие способностей в овладении рыночными механизмами в рекламной деятельности;

- формирование основных навыков ведения рекламной деятельности: оценка факторов конкурентоспособности товаров и услуг, определение целей, задач, и форм продвижения товара, умение применять методы психологического воздействия на потребителя рекламными средствами

Обучающийся должен знать:

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

понятие, виды, функции и классификацию рекламы;

понятие и виды эффективности рекламной деятельности

методы оценки эффективности рекламной деятельности

основные направления регулирования рекламной деятельности

ответственность за нарушение рекламного законодательства

принципы и средства рекламной деятельности

понятие рекламного процесса

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

Принимать и совершать юридически значимые действия в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей и др.

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

Основами законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

навыками изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, морально-этической аргументации, ведения дискуссий и круглых столов, принципами этики торговли

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

1. Место рекламы и ее роль в деятельности предприятия.
2. Цели, задачи, функции рекламы.
3. Классификация видов рекламы: по способу воздействия, выражения, сточки зрения целей и задач, возможной обратной связи с потребителем.
4. Характеристика комплекса маркетинговых коммуникации.

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 7. Рекламная деятельность.

1. Изучить классификацию и характеристику средств рекламы.

2. Круглый стол

1) Тема круглого стола – «Эффективность социальной рекламы по проблемам алкоголизма и курения». Интерес к этой теме вызван остротой существующих в России проблем алкогольной и никотиновой зависимостей. Согласно российским исследованиям, на данный момент Россия занимает первое место по потреблению табака в мире, а также первое место по подростковому курению. Алкоголизмом в нашей стране страдают более 5 млн. человек, а статистика гибели людей по вине пьяных водителей растет с каждым днем.

Вопросы для обсуждения:

- Считаете ли вы, что социальная реклама может реально помочь решить проблемы алкоголизма и курения? Приведите аргументы за и против социальной рекламы.
- Согласны ли вы с утверждением, что социальная реклама против алкоголизма и курения является в некотором роде скрытой коммерческой рекламой?
- Приведите примеры удачных и провальных с вашей точки зрения рекламных кампаний по данной тематике.
- Какие рекламные приемы наиболее сильно воздействуют на аудиторию с вашей точки зрения?
- Каковы ваши предложения по повышению эффективности социальной рекламы по проблемам алкоголизма и курения?

2) Выберите любую актуальную социальную проблему молодежи. Подберите не менее трех примеров социальной рекламы, касающиеся выбранной социальной проблемы, и проанализируйте их по следующим характеристикам: цель, субъект и объект, масштаб деятельности, целевая аудитория, характер воздействия (рациональная; эмоциональная), форма.

3) В городе Кирове планируется проведение рекламной кампании, посвященной теме вреда абортов и защите материнства и детства.

Предлагается два варианта социальной рекламы:

• воздействовать на население при помощи негативного посыла, рассказывая об ущербе репродуктивному и душевному здоровью людей, о смерти в материнской утробе младенца в результате аборта;

• воздействовать на население при помощи обращений положительного характера посредством рассказа о счастливых детях и их родителях.

Какую из программ можно рекомендовать при проведении рекламной кампании и почему? Разработайте информационное рекламное обращение на основании выбранной программы.

3. Изучить Федеральный закон «О рекламе».

1). Какие основные документы регламентируют сферу рекламной деятельности в РФ?

2). Каковы общие требования к рекламе в ФЗ «О рекламе»?

3). Что согласно ФЗ «О рекламе» не допускается использовать в рекламе в целях защиты несовершеннолетних?

4). Какие товары и услуги запрещено рекламировать в России?

5). На рекламу, каких товаров и услуг наложены значительные ограничения? Назовите эти ограничения.

6). Перечислите требования, предъявляемые к теле- и радиорекламе.

7). Назовите требования, необходимые для соблюдения в наружной рекламе.

8). Какими документами регламентируется политическая реклама? Назовите основные параметры регулирования.

9). Какие особенности социальной рекламы отражены в законе «О рекламе»? Проанализируйте возможности развития социальной рекламы в России.

10). Какой государственный орган контролирует сферу исполнения рекламного законодательства? Какие примеры нарушения Закона о рекламе Вы можете привести.

11). Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров (услуг).

12). Обязательные требования к рекламе, регламентируемые федеральным законом. Специфичные требования к рекламе отдельных товаров.

13). Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

14). Реклама и общество: рекламная этика, этические критерии. Кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты.

4. Изучить ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

Перечислить к каким видам ответственности привлекают за нарушения законодательства в области рекламы. Задание оформить в виде таблицы.

Нарушение	Нормативный документ	Наказание

5. Решить ситуационные задачи

1. Бренды Coca-Cola и McDonald’s давно уже стали символами США. Назовите бренды, являющиеся символами следующих стран: Россия; Германия; Италия; Япония; Франция; Куба; Швейцария; Китай. Как позиционируются эти бренды? Какие маркетинговые коммуникации данных брендов вы помните?

2. Сегодняшняя пресса пестрит сообщениями о скандале, произошедшем с одной известной и престижной аптекой. Потерпевший утверждает, что вместо дорогого сильнодействующего препарата ему был продан фальсификат. Последствия такого «недоразумения» оказались очень трагичны и печальны. Ваша компания – известный российский дистрибьютор лекарственных средств – является основным, хотя и не единственным, поставщиком для этой аптеки. О плодотворном сотрудничестве вашей компании с этой «элитной» аптекой знают многие другие участники рынка. Ваши действия?

3. В ФАС России обратились граждане с жалобой на рекламу стоматологической клиники «Все свои». Заявители указали, что в июне - августе 2008 года на их московские домашние телефоны посредством автоматического дозвона поступали рекламные сообщения об услугах стоматологической клиники «Все свои» с приглашением посетить клинику и воспользоваться услугами высокого качества по доступным ценам. В рекламе сообщался телефон клиники 789-44-44, цены на медицинские услуги и предлагалось в случае заинтересованности остаться на линии, чтобы соединиться со справочной службой клиники. Между тем заявители не давали согласия на получение подобной рекламы. Укажите нарушение.

4. В рекламе БАДа «Эстровэл», распространяемой в газете «Вестник ЗОЖ» № 5, содержится следующая информация: «Большую опасность в это время таят в себе нарушения обменных процессов. Оставленные без внимания и медицинского контроля, они могут явится причиной остеопороза, урогенитальных нарушений, инфаркта, инсульта и других заболеваний. В брошюре предлагается простой выход из этой ситуации - заместительная гормональная терапия. Но такой выход меня не устраивает! Принимать гормоны я боюсь. Уникальность этого продукта - в его формуле, содержащей растительные компоненты, витамины и аминокислоты. Эффективность экстрактов растений, содержащихся в «Эстровэле», давно признана медициной. Препараты на их основе часто рекомендуют, как способ избежать заместительной гормональной терапии. Но только в «Эстровэле» я нашла полный набор растительных вытяжек, аминокислот и витаминов, комплексно решающих проблемы женского здоровья. Это помогает бороться с грозным проявлением климакса - остеопорозом». Укажите нарушение.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

- Российский рекламный рынок: состояние, особенности и перспективы развития
- история античной рекламы
- реклама в западноевропейском средневековье
- новый этап рекламы в Европе
- история отечественной рекламы
- особенности рекламы промышленных товаров
- особенности рекламы потребительских товаров
- особенности рекламы услуг
- особенности рекламы медицинских услуг
- особенности рекламы лекарственных средств
- социально-психологические аспекты рекламной деятельности
- современное состояние и развитие рекламы в прессе
- современное состояние и развитие рекламы на телевидении
- современное состояние и развитие рекламы на радио
- современное состояние и развитие наружной рекламы
- современное состояние и развитие рекламы на транспорте
- современное состояние и развитие выставочно-ярморочной деятельности
- современное состояние и развитие печатной рекламы
- современное состояние и развитие Интернет рекламы
- современное состояние и развитие сувенирной рекламы
- современное состояние и развитие рекламы при помощи прямой почтовой рассылки
- международно-правовые акты как источники законодательства о рекламе
- понятие и особенности социальной рекламы по действующему российскому законодательству.
- понятие и особенности политической рекламы по действующему законодательству России.
- развитие правового регулирования рекламной деятельности в странах западной Европы.
- правонарушения при распространении рекламы в Интернете и специфика юридической ответственности за их совершение.
- реклама с нарушением требований этического характера как морально-правовой феномен.
- правонарушения в сфере политической рекламы и особенности юридической ответственности за их совершение.
- правонарушения в сфере социальной рекламы и специфика юридической ответственности за их совершение.
- правонарушения в сфере наружной рекламы
- социальная опасность скрытой рекламы и особенности ее правовой регламентации

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Термин «реклама» происходит от лат. слова «reklamare», что значит:

а). громко кричать, извещать*

б). активно продавать

в). рассказывать о товаре

2. Реклама начала появляться

а). еще задолго до нашей эры*

б). в средние века

в). в середине 19 века

3. Источником брендовой рекламы были
а). Геральдические знаки
б) гербовые печати
в). клейма, которыми метили скот и рабов*

4. В России ненадлежащая реклама
а). разрешена с некоторыми ограничениями
б). запрещена. Ее использование является нарушением законодательства РФ*
в). запрещена, но за её использование не наказывают.

5. Основными целями рекламной кампании НЕ могут быть:
а). формирование у потребителя эффекта узнавания товара;
б).формирование у потребителя новых потребностей, что впоследствии приводит к увеличению сбыта товара;
в). формирование у потребителя художественного вкуса*

6. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:
а) производители товаров и услуг
б) рекламораспространители
в) целевые аудитории*

7. Рекламой является:
а) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы
б) выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы*
в) сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы

8. Прямая реклама использует следующие формы:
а) письма, открытки*
б) рекламные ТВ-ролики
в) рекламный модуль в газете

9. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:
а) стимулирование покупки
б) информирование о местах продажи
в) формирование потенциальных потребителей*

10. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:
а) информативная реклама
б) побудительная реклама*
в) напоминающая реклама

11. Заказчиком рекламы является:
а) рекламодатель*
б) рекламное агентство
в) потребитель.

12. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:
а) реклама в прессе
б) печатная реклама
в) реклама на месте продаж*

13. Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое

одним форматом:
а) каталог
б) проспект
в) буклет*

14. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:
а) каталог
б) буклет
в) проспект*

15. Логотип – это:
а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию,фирму)
б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия,компании)*
в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

16. Рекламный слоган – это:
а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения
б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения
в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму*

17. Что обозначает директ-маркетинг
а) прямой маркетинг*
б) управление рекламой
в) стимулирование сбыта

18. Перечислите нормы рекламы, заложенные в основу Кодекса рекламной практики
а) благопристойность*
б) честность*
в) правдивость*
г) сравнение*
д) доказательства и свидетельства*
е) очернение*
ж) защита прав личности*
з) имитация*
и) отождествление рекламного послания*
к) обеспечение безопасности*

19. Перечислите, что относится к рекламным сувенирам?
а) фирменные сувенирные изделия*
б) серийные сувенирные изделия*
в) подарочные изделия*
г) фирменные упаковочные материалы*
д) новогодние рекламно-подарочные изделия

20. Перечислите наиболее важные требования для наружной рекламы
а) часто попадаться на глаза*
б) привлекать к себе внимание*
в) быть краткой*
г) быть без труда читаемой на ходу*
д) быть понятной*

21. Установите соответствие между признаками классификации и группами, подгруппами и видами рекламных средств

1. В зависимости от спонсора рекламы	А) От имени производителя; от имени торговых посредников; от частных лиц; от правительства и других общественных институтов
2. По способу воздействия на органы чувств человека	Б) зрительные; слуховые; зрительно-слуховые; зрительно-осязательные; зрительно-обонятельные; зрительно-вкусовые
3. По техническому признаку	В) печатные, радиореклама, кино0, видео- и телереклама, световая реклама, живописно-графические средства, прочие рекламные средства
4. По месту применения	Г) внутри предприятия (организации) и внешние
5. По характеру воздействия	Д) Индивидуальные и массовые
6. В зависимости от охватываемой территории	Е) локальная, региональная, общенациональная, международная
7. В зависимости от предмета рекламы	Ж) реклама товара (услуги), реклама предприятия

4) Решить ситуационные задачи:

1. Компания «Медком» выпускает на рынок новое лекарство от головной боли. Этап жизненного цикла товара – внедрение. Проведение рекламной компании затруднено законами Российской Федерации. Подскажите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара?

1) телереклама
2) прямая реклама
3) печатная реклама
4) устная реклама

2. В какой газете выгоднее поместить рекламное объявление в 30 кв. см, если известно: «Красное Знамя» - тираж 59 тыс. экз., тариф 87 руб.; «Вестник» - тираж 30 тыс. экз., тариф 105 руб., «Экспресс-комиссионка» тираж 17 тыс. экз., тариф 77 руб., «Вятская неделя» - тираж 62 тыс. экз., тариф 120 руб.

1) «Красное Знамя»
2) «Вестник»
3) «Экспресс-комиссионка»
4) «Вятская неделя»

3. Существуют 3 фирмы, которые продают аналогичные товары по одинаковым ценам.

Фирма «Заря» затратила на рекламу 2 млн. $, а доля ее рынка составляет 40%.

Фирма «Парус» затратила на рекламу 1 млн. $, а доля ее рынка составляет 28,6%.

Фирма «Восток» затратила на рекламу 0,5 млн. $, а доля ее рынка составляет 31,4%.

Рассчитайте коэффициент эффективности рекламы для каждой из фирм? Округление до целого значения.

1) «Заря» - 50; «Парус» - 35; «Восток» - 16
2) «Заря» - 10; «Парус» - 55; «Восток» - 40
3) «Заря» - 25; «Парус» - 10; «Восток» - 40

4. Определите эффективность рекламы (в %) при условии, что прирост прибыли фирмы составил 625 тыс. руб. Расходы на рекламу были следующие:

- прямая почтовая реклама: разослано 80 тыс. рекламных листовок, изготовление, печатание обошлось по 10 коп/шт., рассылка стоила 1 руб. за шт.

- телевизионная реклама: тариф за 1 мин. Демонстрации по ТВ стоит 7 тыс. руб. Заключен договор на 5 дней показа, причем каждый день реклама занимала в сумме 5 мин. эфирного времени.

- рекламные объявления в прессе: тариф на 1 кв. см. газетной площади – 200 руб., объявле-

ния занимают общую площадь 120 кв. см.

1) 217 %
2) 200%
3) 150%

5. Определить удельные расходы на рекламу с учетом бесполезной аудитории для журналов:

1 журнал - стоимость рекламного объявления - 3000 руб., тираж - 450 тыс. чел., целевой рынок - 400 тыс. чел.;

2 журнал - стоимость рекламного объявления - 4000 руб., тираж — 1000 тыс. чел., целевой рынок - 200 тыс. чел.

6. В эфире радиостанций «Европа плюс», «Русское радио» 7-12 сентября 2007 г. размещалась реклама акции ОАО «Аэрофлот» следующего содержания: «Внимание! Осень! Золотые скидки! «Аэрофлот» готовит небывалую акцию! С 12 по 18 сентября на сайте AEROFLOT.RU Вы сможете заказать себе билет всего от 99 условных единиц! Искренне Ваш, Аэрофлот!». Укажите нарушение.

7. Компания выпускает на рынок новую биологически активную добавку, которая обеспечивает организму рекомендуемые суточные дозы йода. Проведение рекламной кампании затруднено законами Российской Федерации. Подскажите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара?

5) Написать эссе по теме

*«*Ваше отношение к рекламе*»*

«Какое влияние оказывает реклама на стиль жизни»

6) Подготовить реферат по теме:

1. Этапы развития рекламной практики в России.
2. Как меняется содержание рекламного сообщения в зависимости от целевой аудитории.
3. Исторические этапы появления рекламы.
4. Какую роль в подготовке и усвоении рекламного текста играют рациональные, эмоциональные и нравственные мотивы.
5. Живая реклама и ошибки при подготовке рекламных объявлений
6. Раскройте законодательные аспекты рекламы алкогольных и табачных товаров

7) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

8) На основе данных сайта Управление Федеральной антимонопольной службы (УФАС) по Кировской области определите наиболее часто встречающиеся нарушения Закона о рекламе в Кировской области. Разработайте рекомендации Кировскому УФАС по снижению числа правонарушений в сфере рекламы.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 3. Организация торгового обслуживания покупателей

Тема 3.5: Услуги, оказываемые покупателям магазина.

Цель: Овладение теоретическими знаниями об организации оказания дополнительных услуг.

Задачи:

осуществление торгово-закупочной деятельности и повышение ее эффективности;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса;

менеджмент и организация процессов товародвижения на всех этапах жизненного цикла товаров и сырья;

менеджмент качества и безопасности потребительских товаров на всех этапах производства и товародвижения;

управление ассортиментом торгового предприятия;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

организация и оказание консалтинговых услуг по характеристике потребительских свойств отдельных категорий и видов товаров, ознакомление покупателей с потребительскими свойствами и преимуществами новых товаров;

разработка мероприятий, направленных на соблюдение прав потребителей, анализ претензий и подготовка материалов по рассмотрению претензий покупателей;

недопущение попадания в продажу (или изъятие из продажи) товаров ненадлежащего качества, с истекшим сроком годности и имеющих критические дефекты;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

разработка и организация оказания торговых услуг покупателям, разработка предложений по реализации сопутствующих и новых товаров;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

рассмотреть классификацию дополнительных услуг

Обучающийся должен знать:

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

методы продажи товаров и их характеристику

системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров

качество торгового обслуживания

правила продажи отдельных видов товаров

основы законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подби-

рать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

Принимать и совершать юридически значимые действия в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей и др.

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

определять метод продажи товаров в розничных торговых предприятиях

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

Основами законодательства в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

навыками изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, морально-этической аргументации, ведения дискуссий и круглых столов, принципами этики торговли

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

- классификация дополнительных услуг
- правила оказания дополнительных услуг

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 8. Услуги, оказываемые покупателям магазина

1. Изучить и проанализировать услуги, оказываемые в РТС и оптовой торговле

2. Решить ситуационные задачи:

1. Вы купили в магазине телевизор, когда служба доставки привезла его по указанному адресу, вы обнаружили, что нет проводов, пульта и антенны (они продаются отдельно)…

2. Продавец упаковала меховую шубу покупателю, и вместе с товаром подала кассовый чек. Но сумма, указанная в кассовом чеке выше, чем стоимость шубы. «В чем дело?» возмутился покупатель. Продавец ответил, что в стоимость входит плата за упаковку.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятиям «форма торгового обслуживания» и «методы продажи товаров».
2. Назовите и поясните порядок использования различных видов магазинных карточек.
3. Разберите сущность трех вариантов организации пунктов обслуживания по смарт-картам.
4. Сформируйте проблемы, решение которых позволит расширить масштабы деятельности электронной торговли.
5. Что предусматривают требования социального назначения услуги торговли?
6. Что включается в понятие функциональной пригодности услуги розничной торговли?
7. Требования технологичности услуги торговли предусматривают какие аспекты?

3) Решить ситуационные задачи:

1. Покупатель Николаев А. Е. Просит продавца взвесить 300 г полукопченой колбасы и обязательно ее нарезать. На просьбу покупателя продавец отвечает отказом, но покупатель настаивает на своей просьбе. Как разрешить эту ситуацию?

2. Гражданка Петрова, собралась приобрести в магазине понравившееся ей кресло. Но продавец сказал, что это кресло продаётся только в комплекте с пуфиком. Она долго спорила с продавцом, отстаивая своё право купить только кресло, но в итоге ей пришлось купить полный комплект. Может ли гражданка Петрова потребовать возмещения убытков, вследствие нежеланной покупки пуфика?

3. Гражданин Иванов, отдал машину в автосервис, для замены сцепления. По окончании работ ему выставили счёт, в который входила переборка коробки передач, которую он не заказывал. Но ему объяснили, что эта работа была необходима и потребовали оплатить её. Обязан ли гражданин Иванов оплачивать дополнительную работу?

4. Гражданин Давыдов Я. И. приобрел в мебельном магазине кожаный диван. После оплаты покупки он был крайне удивлен, узнав, что доставка и сборка будут осуществляться за отдельную плату. Гр. Давыдов потребовал бесплатно предоставить ему данные услуги, ссылаясь на то, что данные услуги являются сопутствующими покупке, но получил отказ. На чьей стороне закон?

4) Подготовить реферат по темам:

1. Услуги как дополнительный фактор повышения эффективности торгового предприятия.
2. Государственное регулирование сферы обращения: направления и методы воздействия.
3. Зарубежный опыт государственного регулирования сферы обращения

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 4. Технология розничных торговых предприятий

Тема 4.1: Объемно-планировочные и конструктивные решения проектирования магазина.

Цель: Формирование знаний в области проектирования магазинов.

Задачи:

организация закупок и приемки потребительских товаров по категориям и однородным группам;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса;

изучение поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

согласование условий договора с поставщиками с учетом требований национальных и меж-

дународных стандартов, условий нормативных и технических документов;

осуществление связей с поставщиками, контроль за выполнением контрагентами договорных обязательств (условий поставки и транспортирования);

подготовка данных для составления претензий на поставку некачественных товаров и ответов на претензии потребителей и контрагентов по хозяйственным договорам;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

оформление документации на получение, реализацию и (или) отгрузку товаров в соответствии с утвержденными правилами;

проведение документальной идентификации и установление ассортиментной принадлежности товаров, выявление фальсифицированной и контрафактной продукции;

оценка соответствия безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий, условиям договоров, информации, приведенной в товарно-сопроводительных документах;

проведение диагностики дефектов потребительских товаров и выявление причин их возникновения;

товароведческая оценка рыночной стоимости товаров на основе анализа потребительских свойств;

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

ведение оперативного учета товародвижения;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

составление заявок на поставку товаров, определение соответствия товаров требованиям к качеству, безопасности и экологии, установленных техническими регламентами, стандартами, техническими условиями, документами;

контроль за сбытом товаров, анализ факторов, влияющих на сбыт, разработка предложений по увеличению объема продаж, анализ перспектив сбыта новых товаров с учетом их потребительских свойств, тенденций изменения спроса населения, разработка предложений по увеличению объема продаж;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Познакомить студентов с правилами выкладки товаров и основами мерчандайзинга.

Рассмотреть этапы технологического проектирования торговых помещений магазина.

Изучить процесс формирования ассортимента товаров в розничной торговле

Обучить технологии приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже.

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Критерии выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Правила организации закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения до-

говоров

Требования нормативной документации к маркировке, упаковке, показателям качества, условиям и срокам хранения, годности и реализации и правила рассмотрения рекламаций

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств. Анализировать и повышать эффективность торгово-закупочной деятельности.

Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах

Проводить приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.

Осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Анализировать выкладку согласно стандартам мерчандайзинга

Оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Современной технологией торговли

Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков

Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств.

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Методами выкладки товаров в местах продаж

Навыками оформления документации по учету торговых операций

современной технологией торговли, основами продвижения товаров, навыками разработки предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств, навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

Понятие планировка торгового зала

Виды планировок

Правила по проектированию магазина с учетом товарного соседства

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 19. Объемно-планировочные и конструктивные решения проектирования магазина.

1. Изучить нормы проектирования магазинов

2. Рассчитать общую площадь магазина с учетом СНиП.

3. Определить и изобразить схематично оптимальную планировку торгового зала, расположение торгового оборудования и организацию покупательских потоков в конкретном торговом предприятии (на выбор).

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Написать реферат

Проектирование и строительство торговых предприятий

2) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 4. Технология розничных торговых предприятий

Тема 4.2: Основы мерчандайзинга.

Цель: Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Познакомить студентов с правилами выкладки товаров и основами мерчандайзинга.

Задачи:

организация закупок и приемки потребительских товаров по категориям и однородным группам;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса;

изучение поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

согласование условий договора с поставщиками с учетом требований национальных и международных стандартов, условий нормативных и технических документов;

осуществление связей с поставщиками, контроль за выполнением контрагентами договорных обязательств (условий поставки и транспортирования);

подготовка данных для составления претензий на поставку некачественных товаров и ответов на претензии потребителей и контрагентов по хозяйственным договорам;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

оформление документации на получение, реализацию и (или) отгрузку товаров в соответствии с утвержденными правилами;

проведение документальной идентификации и установление ассортиментной принадлежности товаров, выявление фальсифицированной и контрафактной продукции;

оценка соответствия безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий, условиям договоров, информации, приведенной в товарно-сопроводительных документах;

проведение диагностики дефектов потребительских товаров и выявление причин их возникновения;

товароведческая оценка рыночной стоимости товаров на основе анализа потребительских свойств;

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

ведение оперативного учета товародвижения;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

составление заявок на поставку товаров, определение соответствия товаров требованиям к качеству, безопасности и экологии, установленных техническими регламентами, стандартами, техническими условиями, документами;

контроль за сбытом товаров, анализ факторов, влияющих на сбыт, разработка предложений по увеличению объема продаж, анализ перспектив сбыта новых товаров с учетом их потребительских свойств, тенденций изменения спроса населения, разработка предложений по увеличению объема продаж;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Познакомить студентов с правилами выкладки товаров и основами мерчандайзинга.

Рассмотреть этапы технологического проектирования торговых помещений магазина.

Изучить процесс формирования ассортимента товаров в розничной торговле

Обучить технологии приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже.

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Критерии выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Правила организации закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения договоров

Требования нормативной документации к маркировке, упаковке, показателям качества, условиям и срокам хранения, годности и реализации и правила рассмотрения рекламаций

Основы и правила мерчандайзинга

Перечень и содержание товарно-сопроводительной документации

основы выкладки товаров

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств. Анализировать и повышать эффективность торгово-закупочной деятельности.

Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах

Проводить приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.

Осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Анализировать выкладку согласно стандартам мерчандайзинга

Оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Современной технологией торговли

Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков

Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств.

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Методами выкладки товаров в местах продаж

Навыками оформления документации по учету торговых операций

современной технологией торговли, основами продвижения товаров, навыками разработки предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств, навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

Понятие мерчандазинг

Цели и задачи мерчандайзинга

Основы мерчандайзинга

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 10. Основы мерчандайзинга.

1. Изучить основы мерчандайзинга

2. Проанализировать правила мерчандайзинга в РТС

3. Ознакомиться и дать сравнительную характеристику применяемых методов размещения и выкладки товаров в действующих сетевых магазинах «Глобус», «Магнит», «Пятерочка».

Разработать предложения по улучшению организации процессов по организации торгового

пространства, выкладки товаров в данных сетевых магазинах.

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Какие виды технологических планировок торгового зала используются в магазинах самообслуживания?
2. Какие помещения входят в состав административно-бытовых?
3. Какая закономерность существует в соотношении торговой площади к общей площади магазина?
4. Назовите основные принципы построения торгово-технологического процесса в магазине.

3) Подготовить реферат по темам:

1. Планировка торгового зала магазина как инструмент мерчандайзинга.
2. Виды планировки торгового зала и их влияние на стимулирование продаж.
3. Мерчандайзинг как система активного продвижения товаров к покупателю.
4. Принципы размещения торгового оборудования и товаров в торговом зале магазина

45) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 4. Технология розничных торговых предприятий

Тема 4.3: Приемка товаров по количеству и качеству.

Цель: Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Формирование знаний по опросам приемки товаров.

Задачи:

организация закупок и приемки потребительских товаров по категориям и однородным группам;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенного спроса;

изучение поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, безопас-

ности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

согласование условий договора с поставщиками с учетом требований национальных и международных стандартов, условий нормативных и технических документов;

осуществление связей с поставщиками, контроль за выполнением контрагентами договорных обязательств (условий поставки и транспортирования);

подготовка данных для составления претензий на поставку некачественных товаров и ответов на претензии потребителей и контрагентов по хозяйственным договорам;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

оформление документации на получение, реализацию и (или) отгрузку товаров в соответствии с утвержденными правилами;

проведение документальной идентификации и установление ассортиментной принадлежности товаров, выявление фальсифицированной и контрафактной продукции;

оценка соответствия безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий, условиям договоров, информации, приведенной в товарно-сопроводительных документах;

проведение диагностики дефектов потребительских товаров и выявление причин их возникновения;

товароведческая оценка рыночной стоимости товаров на основе анализа потребительских свойств;

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

ведение оперативного учета товародвижения;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

составление заявок на поставку товаров, определение соответствия товаров требованиям к качеству, безопасности и экологии, установленных техническими регламентами, стандартами, техническими условиями, документами;

контроль за сбытом товаров, анализ факторов, влияющих на сбыт, разработка предложений по увеличению объема продаж, анализ перспектив сбыта новых товаров с учетом их потребительских свойств, тенденций изменения спроса населения, разработка предложений по увеличению объема продаж;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Познакомить студентов с правилами выкладки товаров и основами мерчандайзинга.

Рассмотреть этапы технологического проектирования торговых помещений магазина.

Изучить процесс формирования ассортимента товаров в розничной торговле

Обучить технологии приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже.

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Критерии выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и

безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Правила организации закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения договоров

Требования нормативной документации к маркировке, упаковке, показателям качества, условиям и срокам хранения, годности и реализации и правила рассмотрения рекламаций

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств. Анализировать и повышать эффективность торгово-закупочной деятельности.

Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах

Проводить приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.

Осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Анализировать выкладку согласно стандартам мерчандайзинга

Оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Современной технологией торговли

Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков

Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств.

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Методами выкладки товаров в местах продаж

Навыками оформления документации по учету торговых операций

современной технологией торговли, основами продвижения товаров, навыками разработки предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств, навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

Понятие приемка товаров по количеству и качеству

Подготовка товаров к продаже

Размещение товаров на хранение

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 11. Приемка товаров по количеству и качеству.

1. Изучить инструкции по приемке товаров по количеству и качеству. Изучить условия договора по приемке товаров. Оформить в виде схемы процесс приемки товаров по количеству и качеству.

2. Оформить акты о приемке товаров по количеству и качеству

3. Решение ситуационных задач

1. По договору поставки покупатель обязан оплатить товар в течение 5 банковских дней с момента его получения. Однако товар на сумму 5 млн. руб. был оплачен через 10 дней. Какую ответственность понесет покупатель за нарушение условий договора? Ответ обоснуйте.

2. В соответствии с договором поставки на склад фирмы поступили кондитерские товары на сумму 100 тыс. руб. на условиях предварительной оплаты. При приемке оказалось, что товар на сумму 20 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям ГОСТа, о чем был составлен акт экспертизы. Расходы по экспертизе составили 250 руб. Определите последствия поставки товаров ненадлежащего качества.

3. В адрес оптово-розничного объединения поступило 2 вагона с сахаром. При осмотре вагонов было обнаружено: на одном вагоне нарушена пломба, на другом – поврежден люк. Определите действия товарополучателя в данной ситуации, на основании, какого документа?

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. В какие определенные сроки проводят приемку товаров по количеству?
2. Если в процессе приемки товаров в магазине выявлена недостача, то что следует сделать лицам, принимавшим товар?
3. В какой срок должен прибыть представитель одногороднего и иногороднего поставщика для участия в окончательной приемке товаров?
4. Перечислите ваши действия, если при приемке товаров выявлены излишки.
5. Какая информация входит в акт о приемке товаров по качеству?
6. В какой срок составляется акт об обнаружении скрытых недостатков?
7. Что прикладывают к акту магазина, если недоброкачественность обнаружена покупателем?
8. На каком расстоянии размещаются товары на стеллажах или штабелях от отопительных устройств, источников освещения и электропроводки?

3) Решить ситуационные задачи:

1. На продовольственном складе хранились кондитерские товары: конфеты, карамель, шоколад, печенье и пряники. При проверке склада были сняты показания психрометра и установлены относительная влажность воздуха и температура помещения. Показания сух ого термометра составили 20°С, влажного – 18,5°С. Можно ли при таких условиях хранить указанные товары? К чему это может привести?

2. При заключении контракта на поставку мороженого мяса в особых условиях указано, что температура его хранения должна быть не выше 10 F /градус по Фаренгейту/. Фактически мясо хранилось при температуре 10^0 С. Может ли фирма-получатель предъявить претензии поставщику-импортеру, если при хранении было обнаружено, что туша говядины покрыта заветревшейся коркой подсыхания темного цвета, имеет с поверхности слегка затхлый запах, мясной сок слегка мутноватый, ямка при надавливании медленно восполняется, буль-

он мутный.

4) Проверить свои знания с помощью тестового контроля

1. Организационные, коммерческие и правовые отношения, возникающие между поставщиками и покупателями при поставке товаров, – …

2. Преимущества установления прямых хозяйственных связей:

а) снижение цены товара,

б) отгрузка товаров большими партиями,

в) замедление сроков реализации,

г) создание узкого ассортимента,

д) сокращение звенности товародвижения.

3. Недостатки установления прямых хозяйственных связей:

а) увеличение числа договоров поставки,

б) ускорение времени доставки товаров,

в) сокращение документооборота,

г) отгрузка товаров большими партиями,

д) снижение товарных потерь.

4. Заказ представляет собой:

а) документ, отражающий потребность в товарах,

б) просьбу о замене некачественного товара,

в) письменное обращение покупателя о заключении договора,

г) требование на производство товаров.

5. Документ, отражающий предварительную потребность
торговых предприятий в товарах, – …

6. Письменное предложение о поставке партий товара на оговоренных условиях – …

7. Письменное согласие со всеми условиями оферты – …

8. Договор считается заключенным с момента:

а) направления одной стороной другой стороне проекта договора,

б) устной договоренности по телефону,

в) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта,

г) получения копии договора по факсу.

9. В случае возникновения разногласий между сторонами при заключении договора составляется:

а) исковое заявление,

б) претензия,

в) протокол разногласий,

г) жалоба.

10. При поставках товаров сложного ассортимента к договору прилагается:

а) счет-фактура,

б) спецификация,

в) сертификат,

г) ассортиментный перечень.

11. Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случае:

а) нарушения ассортимента товаров

б) неоднократного нарушения сроков поставки товаров

в) несвоевременного предоставления информации

г) поставки товаров в ненадлежащей таре

12. Нарушение договора поставки покупателем предполагается существенным в случае:

а) поставки товаров без сертификата

б) неоднократного нарушения сроков оплаты товаров

в) недопоставки товаров

г) нарушения сроков возврата тары

13. Что включают в себя первичные документы по поступлению товаров?

1) платежные поручения

2) **товарно-транспортные накладные**

3) накопительные ведомости по приходу

4) количественно-суммовые оборотные ведомости

14. Основной документ, регламентирующий отношение грузоотправителя перевозчика и грузополучателя:

1) Кассовый чек

2) **Товарно-транспортная накладная**

3) Товарная накладная

4) Счет фактуры

15. В случаях, когда при приемке продукции по количеству отсутствуют транспортные и сопроводительные документы отправителя, составляется:

1) коммерческий акт

2) технический акт

3) **акт о фактическом наличии продукции**

4) акт о весе тары

16. Акт приемки продукции по количеству утверждается:

1) в день составления акта

2) **не позднее, чем на следующий день после составления акта**

3) не позднее чем через три дня после составления акта

17. Акт о скрытых недостатках продукции, если иные сроки не установлены обязательными для сторон правилами, составляется:

1) в течение 5 дней, но не позднее 1 месяца

2) в течение 10 дней, но не позднее 4 месяцев

3) в **течение 5 дней, но не позднее 4 месяцев**

4) в течение 6 месяцев

18. Акт, устанавливающий ненадлежащее качество или некомплектность продукции, составленный с участием представителя общественности предприятия-получателя утверждается:

1) в день составления акта

2) не позднее, чем на следующий день после составления акта

3) **не позднее трехдневного срока после составления акта**

19. При приемке скоропортящейся продукции по качеству представитель одногороднего изготовителя обязан явиться по вызову получателя:

1) **не позднее 4 часов**

2) не позднее, чем на следующий день

3) не позднее 12 часов

4) не позднее 48 часов

20. Письменное заявление потребителя установленной формы изготовителю (поставщику) на обнаруженные в период действия гарантийных обязательств дефекты и (или) несоответствия комплектности поставленных изделий требования НД, а также требование о восстановлении комплектности или замене дефектных изделий – это…

1) претензия

2) **рекламация**

3) жалоба

4) требование

21. Выражение неудовлетворенности продукцией и/или работой организации, или непосредственно процессом управления претензиями в ситуациях, где явно или неявно ожидается ответ или решение – это…

1) **претензия**

2) рекламация

3) жалоба

4) требование

22. Основной руководящий принцип эффективного управления претензиями, который заключается в следующем: «Организация должна в своей деятельности ориентироваться на потребителя, быть открытой для обратной связи (включая претензии) и принимать на себя обязательства предпринимать необходимые действия по урегулированию претензий»:

1) быстрое реагирование на претензию
2) доступность
3) объективность
4) **ориентация на потребителя**
5) ответственность
6) постоянное улучшение

23. В каких случаях можно предъявить претензию поставщику:

1) брак товара
2) нарушение целостности упаковки или тары
3) недокомплект товара
4) товар частично или полностью не исполняет свои функции
5) **все выше перечисленное верно**

24. Срок подачи рекламации:

1) срок произвольный
2) **в соответствии с договором**
3) в течение двух лет
4) в течение гарантийного срока

25. Проект договора представляет собой:

1) **документ, содержащий все существующие условия договора**
2) документ, содержащий информацию об объеме, ассортименте и качестве товаров и услуг
3) документ, содержащий описание потребительских и эргономических свойств товаров и услуг

26. При заключении договора – поставки всегда составляется протокол разногласий

1) да
2) **нет**
3) иногда

27. Изменение или дополнение условий заключенного договора:

1) не допускается по одностороннему заявлению сторон
2) допускается по одностороннему заявлению сторон
3) **допускается по соглашению сторон**

28. Договорно-обязательственные отношения между предпринимателями строятся на принципах

1) свободы договора
2) **законности договора**
3) свободы и законности договора

29. Оптовая продажа товаров может осуществляться на основе договоров…

1) **поставки**
2) контрактации
3) финансирования под уступку денежного требования

30. По договору купли-продажи продавец обязуется передать товар:

1) во владение покупателя
2) **в собственность покупателя**
3) в пользование покупателя
4) в распоряжение покупателя

31. Договор –

1) **это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей**
2) средство, гарантирующее осуществление расчета по платежным документам

3) предложение заключить сделку с любым лицом, выразившим такое желание

32. Одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену):

1) договор розничной купли - продажи

2) **договор купли-продажи**

3) публичный договор

33. Предложение направленное одной стороной другой стороне о заключение договора называется:

1) **оферта**

2) акцепт

3) пролонгация

34. Договор считается заключенным:

1) с момента его отправки другой стороне

2) **только в том случае, если стороны достигнут соглашения по всем его существенным условиям**

3) с момента получения оферты адресатом

35. Договор может быть заключен:

1) в устной форме

2) в письменной форме (простой или нотариальной)

3) **оба ответа правильные**

36. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

1. во всех случаях;
2. для установления качества поставляемых товаров;
3. **при поставках товаров сложного ассортимента**;
4. при поставках товаров простого ассортимента.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 4. Технология розничных торговых предприятий

Тема 4.4: Покупательский спрос.

Цель: Формирование знаний в области изучения потребительских предпочтений.

Задачи:

организация закупок и приемки потребительских товаров по категориям и однородным группам;

изучение и прогнозирование покупательского спроса населения, изучение и обобщение заявок и заказов покупателей на приобретение и поставку товаров, учет и анализ неудовлетворенно-

го спроса;

изучение поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

согласование условий договора с поставщиками с учетом требований национальных и международных стандартов, условий нормативных и технических документов;

осуществление связей с поставщиками, контроль за выполнением контрагентами договорных обязательств (условий поставки и транспортирования);

подготовка данных для составления претензий на поставку некачественных товаров и ответов на претензии потребителей и контрагентов по хозяйственным договорам;

внедрение на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга, категорийного менеджмента и мерчандайзинга;

оформление документации на получение, реализацию и (или) отгрузку товаров в соответствии с утвержденными правилами;

проведение документальной идентификации и установление ассортиментной принадлежности товаров, выявление фальсифицированной и контрафактной продукции;

оценка соответствия безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий, условиям договоров, информации, приведенной в товарно-сопроводительных документах;

проведение диагностики дефектов потребительских товаров и выявление причин их возникновения;

товароведческая оценка рыночной стоимости товаров на основе анализа потребительских свойств;

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

ведение оперативного учета товародвижения;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

составление заявок на поставку товаров, определение соответствия товаров требованиям к качеству, безопасности и экологии, установленных техническими регламентами, стандартами, техническими условиями, документами;

контроль за сбытом товаров, анализ факторов, влияющих на сбыт, разработка предложений по увеличению объема продаж, анализ перспектив сбыта новых товаров с учетом их потребительских свойств, тенденций изменения спроса населения, разработка предложений по увеличению объема продаж;

контроль за соблюдением правил торговли, правил товарного соседства и формирования товарных партий при транспортировании и хранении;

оптимизация основных технологических операций на этапах реализации товаров, управление процессами предреализационной подготовки товаров и утилизации отходов;

контроль над соблюдением санитарно-гигиенических требований в торговом предприятии.

Овладение теоретическими знаниями о торгово-технологическом процессе в розничной торговой сети. Познакомить студентов с правилами выкладки товаров и основами мерчандайзинга.

Рассмотреть этапы технологического проектирования торговых помещений магазина.

Изучить процесс формирования ассортимента товаров в розничной торговле

Обучить технологии приемки товаров в магазине, хранения и подготовки товаров к продаже.

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Критерии выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Правила организации закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения договоров

Требования нормативной документации к маркировке, упаковке, показателям качества, условиям и срокам хранения, годности и реализации и правила рассмотрения рекламаций

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств. Анализировать и повышать эффективность торгово-закупочной деятельности.

Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах

Проводить приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.

Осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Анализировать выкладку согласно стандартам мерчандайзинга

Оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Современной технологией торговли

Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков

Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств.

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Основами продвижения товаров

Навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Методами выкладки товаров в местах продаж

Навыками оформления документации по учету торговых операций

современной технологией торговли, основами продвижения товаров, навыками разработки предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств, навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

Понятие покупательский спрос

Виды покупательского спроса

Методы изучения покупательского спроса

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 12. Покупательский спрос.

1. Разработать анкету для проведения опроса покупателей (тему выбирает студент самостоятельно, тему согласовать с преподавателем)

2. Провести анкетирование.

3. Представить результаты анкетирования (конференция).

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Решить ситуационные задачи

1. Несколько лет назад одна фирма предложила потребителю многофункциональное изделие, в котором на базе единого компактного электромотора использовалась система нескольких насадок. Изделие выполняло ряд функций по домашнему хозяйству, в т. ч. и мини-пылесоса. Цена была приемлемой. Первоначальный спрос нарастал. Вскоре спрос снизился. Товар сняли с производства. На базе этого изделия был создан компактный пылесос, в основном для работы на кухне. Товар имел большой успех, хотя в первом варианте он выполнял большее количество функций и стоил всего на 20% дороже. Почему так произошло?

2. Итальянская фирма Zannussi продает на рынке разноцветную бытовую технику. На какой элемент комплекса маркетинга делает ставку фирма, чтобы завоевать внимание покупателя? Какие методы маркетинга применяет фирма для формирования и удержания покупательского спроса?

2) Проверить свои знания с помощью тестового контроля

1. Желание или необходимость обладать (пользоваться) данным товаром (услугой), необходимым для самого воспроизводства жизни и поддержания определенного уровня жизни, – …

2. Форма проявления той части потребностей общества в целом и его отдельных членов, которая обеспечена покупательной способностью, т. е. деньгами, – …

3. В зависимости от намерений покупателей спрос подразделяется:

а) на потенциальный,

б) импульсный,

в) периодический,

г) реализованный,

д) альтернативный.

4. Последовательность периодов цикла спроса:

а) спрос опережает предложение,

б) замедление роста,

в) зарождение,

г) зрелость,

д) затухание.

5. Экономические факторы, влияющие на формирование спроса:

а) численность населения,

б) объем товарного предложения,

в) национальные обычаи,

г) уровень цен,

д) продолжительность времени года.

6. Источники внешней информации о спросе населения:

а) экспресс-информация,

б) данные государственной статистики,

в) данные бухгалтерской отчетности фирмы,

г) ведомости инвентаризации.

7. Метод прогнозирования спроса, основанный на переносе закономерностей и тенденций прошлого на будущее, – ...

8. Чувствительность величины спроса на товары к изменению цен на эти товары или изменения доходов населения – …

3) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 5. Роль оптовых посредников в системе товароснабжения

Тема 5.1: Организация и технология приемки товаров на оптовых предприятиях.

Цель: Овладение теоретическими знаниями о значении и построении оптовой торговли. Познакомить студентов с организацией и технологией приемки товаров на оптовых предприятиях

Задачи:

проведение приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;

ведение оперативного учета товародвижения;

контроль за соблюдением правил упаковывания и маркирования, сроков годности и условий хранения товаров на складе и в торговом зале предприятия;

составление заявок на поставку товаров, определение соответствия товаров требованиям к качеству, безопасности и экологии, установленных техническими регламентами, стандартами, техническими условиями, документами;

контроль за выполнением контрагентами договорных обязательств, в том числе: по срокам поступления товаров, в согласованном ассортименте, по качеству и количеству; выявление дефектов, установление нарушений условий товародвижения, составление претензий контрагентам;

Рассмотреть экономическую целесообразность и необходимость деятельности оптовых предприятий в системе товароснабжения

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

Правила организации закупки, поставки товаров. Виды договоров, правила заключения договоров

Требования нормативной документации к маркировке, упаковке, показателям качества, условиям и срокам хранения, годности и реализации и правила рассмотрения рекламаций

Основы товарного менеджмента и товарную логистику.

Нормативную и техническую документацию по приемке товаров.

Требования к упаковке и маркировке товаров, условиям и срокам их хранения и транспортирования товаров.

Перечень и содержание товарно-сопроводительной документации

сущность, роль и функции оптовой торговли в условиях рыночной экономики

виды и типы оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения

требования к упаковке и маркировке товаров, условиям и срокам их хранения и транспортирования товаров

законы и методы накопления, передачи и обработки информации с помощью компьютерных технологий

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

Принимать и совершать юридически значимые действия в сфере охраны здоровья граждан, защиты прав потребителей и др.

Осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями.

Организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств. Анализировать и повышать эффективность торгово-закупочной деятельности.

Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров

Анализировать рекламации и претензии к качеству товаров и услуг, готовить заключения по результатам их рассмотрения

Организовывать процессы товародвижения.

Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах

Применять принципы товарного менеджмента при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств

Определять и анализировать основные характеристики товаров.

Оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации.

Проводить приемку товаров по количеству и качеству и комплектности.

Выявлять причины возникновения дефектов продукции и товарных потерь,

Оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

грамотно оформлять акты по приемке товаров по количеству и качеству

рассчитывать экономическую эффективность функционирования материально-технической базы оптовой торговли

осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей

управлять процессом документооборота на всех этапах движения товара.

использовать возможности вычислительной техники программного обеспечения в профессиональной деятельности

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Навыками самостоятельного приобретения новых знаний, а также навыками передачи зна-

ний, связанных с использованием математики и физики в товароведных и экспертных исследованиях.

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

Навыками анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков

Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств.

Навыками работы с рекламациями и претензиями к качеству товаров

Основными организационными и управленческими функциями, связанными с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

Методами классификации и кодирования товаров, методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров и способами формирования и сохранения качества товаров.

Методами и средствами оценки соответствия товарной информации требованиям нормативной документации.

Навыками приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.

Методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров

Навыками оформления документации по учету торговых операций

навыками использования современных программ продуктов и математического аппарата для решения профессиональных задач

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

методы анализа спроса и управления ассортиментом товаров на оптовых предприятиях,

приемка товаров по количеству, качеству, комплектности

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 13. Организация и технология приемки товаров на оптовых предприятиях.

1. Изучить порядок формирования ассортимента на оптовых предприятиях

2. Изучить порядок приемки товаров на оптовых предприятиях.

3. Принять участие в приемке товаров (экскурсия на оптовый склад)

4. Решение ситуационных задач, связанных с составлением акта по приемке товаров по количеству и качеству

1) От торгово-посреднической фирмы в адрес оптовой базы поступила партия чая. При вскрытии первого ящика была обнаружена недостача. Охарактеризуйте порядок и последовательность действий покупателя. Ответ обоснуйте.

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Назовите функции предприятия оптовой торговли.
2. Рассмотрите содержание понятия «независимые оптовые торговцы».
3. Задачей, каких элементов оптовой инфраструктуры является создание условий для организации оптовой торговли?
4. Рассмотрите задачи функционирования оптовых предприятий регионального уровня.
5. Обоснуйте особенности торгово-посреднических операций дистрибьюторов и дилеров.

6. Назовите основную организационно-правовую форму оптовых предприятий общенационального уровня.

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Типы оптовых организаций:

а) федерального уровня

б) регионального уровня

в) посреднические оптовые структуры

г) организаторы оптового оборота

2. Виды оптовых предприятий – это …

а) предприятия общенационального и регионального масштаба

б) независимые оптовые торговцы, дистрибьюторы, организаторы оптового оборота

в) брокеры, агенты

3. Структуры, входящие в состав организаторов оптового оборота - это...

а) оптовые ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки

б) торговые агенты, комиссионеры

в) предприятия-брокеры

4. Склады в зависимости от характера выполняемых функций подразделяют на.....

а) распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного хранения и досрочного завоза

б) универсальные и специализированные

в) универсальные и общетоварные

5. Товарный склад, предназначенный для осуществления операций с товарами, не требующими регулируемых режимов хранения, называется...

а) общетоварным

б) специальным

в) специализированным

6. Какую форму товародвижения целесообразно использовать при оптовой продаже товаров простого ассортимента?

а) складскую

б) транзитную

в) транзитно-складскую

г) оптово-транзитную

7. Договор может быть заключен:

а) только в письменной форме

б) только в устной форме

в) либо в устной, либо в письменной форме

8. Выберите неверное выражение:

а) Предложение о заключении договора – это оферта

б) Молчание не является акцептом

в) Неустойка выражается в виде штрафа или пени

г) Рекламу можно считать офертой

9. В зависимости от намерений покупателей спрос подразделяется:

а) на потенциальный,

б) импульсный,

в) периодический,

г) реализованный,

д) альтернативный.

10. Преимущества установления прямых хозяйственных связей:
а) снижение цены товара,
б) отгрузка товаров большими партиями ,
в) замедление сроков реализации,
г) создание узкого ассортимента,
д) сокращение звенности товародвижения.

11. Заказ представляет собой:
а) документ, отражающий потребность в товарах,
б) просьбу о замене некачественного товара,
в) письменное обращение покупателя о заключении договора,
г) требование на производство товаров.

12. Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случае:
а) нарушения ассортимента товаров
б) неоднократного нарушения сроков поставки товаров
в) несвоевременного предоставления информации
г) поставки товаров в ненадлежащей таре

13. Основные критерии выбора клиентов для оптового предприятия:
а) финансовое положение покупателя,
б) форма расчетов,
в) объем поставляемых товаров,
г) коммуникационные условия,
д) транспортные условия.

14. Методы розничной продажи товаров:
а) самообслуживание,
б) по личной отборке товаров покупателями,
в) по телефону, факсу,
г) по образцам,
д) через комнаты товарных образцов.

15. По широте охвата товаров выделяют ассортимент:
а) простой,
б) оптимальный,
в) сложный,
г) рациональный,
д) видовой.

16. Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок:
а) консультации специалистов,
б) доставка товаров,
в) раскрой материала,
г) продажа товаров в кредит,
д) организация автостоянки.

17. Штабеля с товарами должны размещаться на складах не ближе чем на ... м. от внешней стены
а) 0,5
б) 0,8

в) 1,0

18. При иногородней поставке срок приемки продовольственных товаров по качеству составляет

а) 10 дней
б) 20 дней
в) 30 дней

19. Общие факторы при формировании ассортимента

а) покупательский спрос
б) тип магазина
в) размер магазина

20. Магазин «Ткани» - это

а) специализированный с широким ассортиментом
б) специализированный с узким ассортиментом
в) комбинированный

21. Перечислить стадии технологического жизненного цикла товаров

а) предтоварная стадия
б) стадия зрелости
в) товарная стадия
г) стадия насыщения и спада
д) стадия проектирования и разработки товаров
е) стадия утилизации товаров и уничтожения
ж) послереализационная стадия
и) стадия роста

22. Циклические изменения объемов и продолжительности производства того или иного товара по времени?

а) Жизненный цикл товаров
б) Технологический жизненный цикл товаров
в) Проектирование и разработка товаров
г) Доведение товаров от производителя до потребителя

23. Отходы, которые можно продать по более низкой цене или отправить на промпереработку

а) ликвидные отходы
б) неликвидные отходы
в) брак

24. Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров

а) устойчивость
б) рациональность
в) новизна
г) глубина
д) широта
е) полнота

25. К количественным товаро - сопроводительным документам относят:

а) счета
б) акты списания

в) отвесы, заборные листы, спецификации

26. Требования, предъявляемые к товарной информации:
а) достоверность, доступность, достаточность
б) красота исполнения
в) лаконичность

27. Установите последовательность операций по поступлению и приемке товара, если товар доставлен железнодорожным транспортом
1) проверка целостности пломб и вскрытие вагона;
2) осмотр состояния поступившего груза (состояние укладки, тары и т.п.);
3) выгрузка товара с укладкой на поддоны или тележки;
4) первичная приемка товара по количеству (соответствие числа мест сопроводительному документу);
5) доставка товара на участок приемки

4) Подготовить рефераты по темам:

1. Роль оптовых посредников в установлении хозяйственных связей при поставке товаров в розничную сеть.
2. Особенности функционирования горизонтально интегрированных оптовых структур.
3. Роль посреднических предприятий в системе товароснабжения.
4. Агентские операции на рынке товаров и услуг.
5. Роль независимых посредников в системе товароснабжения.
6. Роль товарных бирж в системе товароснабжения.
7. Сущность оптовых ярмарок, функции и роль в системе товароснабжения.
8. Услуги и их роль в обеспечении конкурентоспособности оптовых фирм.
9. Создание горизонтально интегрированных систем в оптовой торговли.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 6. Склады и их роль в коммерческой деятельности

Тема 6.1: Технико-экономические показатели работы склада.

Тема 6.2: Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе

Цель: познакомить студентов с технико-экономическими показателями эффективности использования товарных складов.

Задачи:

Рассмотреть основные функции складов

рассмотреть систему технико-экономических показателей работы склада

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.

Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности

Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.

Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.

Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки

Современный уровень организации торгово-технологических процессов

группы технико-экономических показателей работы склада:

новые направления в организации торговых процессов на складах

организацию и технологию операций по поступлению и приемке товаров на склад

организацию и технологию отпуска товаров со склада

организацию и технологию отпуска товаров со склада

современное программное обеспечение и информационные базы данных, используемые в торговле

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.

Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.

Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.

Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности

Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов

рассчитать экономические показатели работы склада

рассчитывать экономическую эффективность создания и внедрения новых технологических решений в работе складов

работать с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской и производственный учет товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Навыками самостоятельного приобретения новых знаний, а также навыками передачи знаний, связанных с использованием математики и физики в товароведных и экспертных исследованиях.

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

Современной технологией торговли

методами оперативного учета информационных данных в коммерческой деятельности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

характеристика основных групп технико-экономических показателей работы склада

характеристика торгового технологического процесса на оптовом складе

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 14. Технико-экономические показатели работы склада.

1. Изучить задачи и основные направления механизации технологических складских операций.

2. Ознакомление с планировкой основных операционных зон общетоварного склада

3. Начертить схему планировки основных операционных зон специального склада по хранению обуви и сложно-бытовой техники.

4. Рассчитать потребности в средствах механизации складов

Практическая работа № 15. Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе.

Посетить оптовый склад, составить отчет.

Наименование

Форма собственности

Сфера деятельности

Ассортимент

Характеристика торгово-технологического процесса

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Изложите последовательность выполнения операций по поступлению и приемке товаров на складе при доставке их в железнодорожных вагонах, железнодорожных контейнерах, автомобильным транспортом.
2. Как осуществляется приемка товаров по количеству и качеству?
3. Что служит основанием для предъявления претензий поставщику?
4. Объясните суть разработки рациональной схемы размещения товаров на складских площадях.
5. Обоснуйте преимущества и недостатки различных способов хранения товаров.
6. Покажите состав и основные пути сокращения товарных потерь, возникающих в процессе хранения товаров на складе.
7. Какие потери не включаются в нормы естественной убыли?
8. Как производится механизированная отборка товаров с мест хранения?

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Для выполнения основных технологических операций на складе - хранения товаров, распаковки, упаковки, комплектования, приёмки и отпуска товаров - предназначаются помещения...

а) основного производственного назначения

б) вспомогательные

в) подсобно-технические

2. Основные подъемно - транспортные операции, проводимые на складах:

а) захват груза

б) подъем, перемещение и выдача груза

в) укладка груза в штабель, на стеллажи, снятие его со стеллажей

г) крепление грузов, укладка и уборка подкладок

д) застроповка или отстроповка сформированных пакетов

е) накладывание или снятие захватных устройств

3. К грузоподъемным машинам относят:

а) краны

б) грузовые лифты

в) электротали

г) электрические лебедки

д) напольные тележки

е) автопогрузчики

4.....хранение представляет собой способ хранения товаров в таре, на поддонах, малогабаритных контейнерах, уложенных по определенной схеме в несколько ярусов.

5. Штабеля с товарами должны размещаться на складах не ближе чем на ... м. от внешней стены

а) 0,5
б) 0,8
в) 1.0

4) Подготовить рефераты по темам:

1. Характеристика современных форматов товарных складов.
2. Технологические и общетехнические требования к устройству сладов.
3. Определение потребности в складской площади и емкости складов.
4. Виды складских помещений и их планировка.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Раздел 7. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли

Тема 7.1: Оформление транспортных документов на перевозку товаров.

Цель: познакомить студентов с оформлением транспортных документов на перевозку товаров.

Задачи:

рассмотреть порядок оформления транспортных документов на перевозку товаров

научить правильному заполнению товарно-транспортных накладных

Рассмотреть вопрос об эффективном использовании транспортных средств для перевозок товаров народного потребления

Обучающийся должен знать:

виды товарно-транспортных накладных

порядок заполнения товарно-транспортных накладных

процесс интеграции складского бизнеса в крупные логистические компании

выбор транспортных средств, обеспечение их своевременной подачи к местам погрузки; подготовку товаров к перевозке

оплату транспортных расходов; приемку доставляемых грузов

методы оперативного учета информационных данных в коммерческой деятельности

Обучающийся должен уметь:

оформлять товарно-транспортные документы

оформлять первичную документацию по учету торговых операций, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности

Навыками самостоятельного приобретения новых знаний, а также навыками передачи знаний, связанных с использованием математики и физики в товароведных и экспертных исследованиях.

Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил

навыками использования современных программ продуктов и математического аппарата для решения профессиональных задач

навыками оформления документации по учету торговых операций

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

Назовите основные виды автотранспортных средств, используемых в процессе товародвижения. На какие классы они делятся?

Какой подвижной состав используется для перевозки товаров по железной дороге?

Какие документы регулируют отношения, возникающие между перевозчиками, грузоотправителями и грузополучателями?

Каковы обязанности сторон по договору перевозки грузов?

Какой существует порядок приема груза к перевозке автомобильным транспортом?

Какие правила укладки грузов должны соблюдаться при их перевозке автомобильным транспортом?

Каков порядок сдачи грузополучателю груза, доставленного автомобильным транспортом?

Какую ответственность несет автотранспортная организация за сохранность груза?

В каких случаях организация-перевозчик не несет ответственности за утрату, недостачу или повреждение груза?

Какой установлен порядок рассмотрения претензий, предъявляемых грузополучателями и грузоотправителями к автотранспортной организации?

Какими отправками могут осуществляться перевозки грузов по железной дороге?

Какой существует порядок представления и рассмотрения заявок на перевозку грузов железнодорожным транспортом?

Каково содержание транспортной маркировки, наносимой грузоотправителем на каждое грузовое место при железнодорожных перевозках?

Какие документы подтверждают заключение договора перевозки груза на железнодорожном транспорте? Каково их содержание?

Кем устанавливаются порядок и сроки уведомления грузополучателя о прибытии груза? Каков порядок выдачи груза на станции назначения?

В каких случаях перевозчик обязан проверить состояние, массу и количество мест груза, подлежащего выдаче?

Что собой представляет коммерческий акт? В каких случаях, в какие сроки и кем он составляется?

Какой установлен порядок предъявления претензий к перевозчику в связи с нарушением им обязательств по договору перевозки грузов?

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 16. Оформление транспортных документов на перевозку товаров.

Методика проведения работы:

Изучить шаблоны документов, используемых при перевозке грузов.

Составление договора об организации перевозок.

Заполнение различных транспортных накладных.

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе

вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Перечислите и обоснуйте основные направления развития транспортно- экспедиционного обслуживания товарных рынков.

2. Что входит в понятие «транспортного обеспечения товарного рынка»?

3. Обоснуйте роль и место различных видов транспорта в системе «Инфраструктура товарных рынков».

4. Что представляет собой терминальная технология перевозочного процесса?

5. Объясните необходимость процесса интеграции складского бизнеса в крупные логические компании и распределительные центры.

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Транспортное обеспечение входит в комплекс подсистем….товарного рынка

а) всего

б) структуры

в) инфраструктуры

2. Крупнейшие терминалы создаются ……

а) в районах наибольших транспортных перевозок

б) на железнодорожных станциях

в) на водных пристанях

3. Наибольшую долю в грузообороте страны занимает транспорт…..

а) железнодорожный

б) воздушный

в) автомобильный

г) водный

4. Для транспортировки срочных грузов и доставки товаров в труднодоступные районы используется транспорт…..

а) автомобильный

б) водный

в) воздушный

5. Экспедиционные операции на складском предприятии по отправке товаров покупателям включают…

а) формирование маршрутов

б) погрузка транспортных средств

в) централизованная доставка товаров

г) Формирование маршрутов, погрузка транспортных средств, централизованная доставка товаров

4) Подготовить рефераты по темам

1. Роль транспорта в торговле.
2. Основные критерии выбора вида транспорта для перевозки товаров.
3. Особенности организации перевозок автомобильным транспортом.
4. Особенности организации перевозок железнодорожным транспортом.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г., Солдатов Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. – 13-е изд. – М.: Дашков и К, 2013

Дополнительная литература

1. Ларионов И.К. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 191 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для вузов.- М.: Дашков и К, 2015. - 640 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Составитель: Л.Н. Шмакова

Зав. кафедрой Л.Н. Шмакова

Дополнения и изменения в приложении А к рабочей программе учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза товаров
Форма обучения – очно-заочная
Кафедра менеджмента и товароведения
Автор(ы) зав. кафедрой, к.т.н., доцент Шмакова Л.Н.

С 2025 / 2026 учебного года в приложение А к рабочей программе вносятся следующие дополнения:

Темы № 6.1 и 6.2. изменить и читать в следующей редакции:

Раздел 6. Склады и их роль в коммерческой деятельности
Тема 6.1: Технико-экономические показатели работы склада.
Тема 6.2: Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе

Цель: познакомить студентов с технико-экономическими показателями эффективности использования товарных складов.

Задачи:

Рассмотреть основные функции складов
Рассмотреть систему технико-экономических показателей работы склада
Изучить применение искусственного интеллекта в коммерческой деятельности.

Обучающийся должен знать:

Основы законодательного регулирования будущей профессиональной деятельности, ее правовые и этические нормы.
Основы права и правового регулирования коммерческой деятельности
Цели и задачи получения образования по выбранному направлению подготовки.
Роль самоорганизации и самообразования для достижения поставленной цели.
Основные нормативные и правовые документы в соответствии с направлением и профилем подготовки
Современный уровень организации торгово-технологических процессов
группы технико-экономических показателей работы склада:
новые направления в организации торговых процессов на складах
организацию и технологию операций по поступлению и приемке товаров на склад
организацию и технологию отпуска товаров со склада
организацию и технологию отпуска товаров со склада
современное программное обеспечение и информационные базы данных, используемые в торговле
Возможности использования искусственного интеллекта в коммерческой деятельности складов.

Обучающийся должен уметь:

Ориентироваться в нормативных и правовых документах, регулирующих профессиональную деятельность.
Демонстрировать на практике ответственное отношение к своей трудовой деятельности, соотносить факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точки зрения, выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения.
Работать с учебной и научной литературой. Планировать самостоятельную работу. Подбирать литературу по исследуемому вопросу.
Использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности
Применять достижения естественных и инженерных наук для организации торгово-технологических процессов
рассчитать экономические показатели работы склада
рассчитывать экономическую эффективность создания и внедрения новых технологических решений в работе складов, в том числе применение и использование искусственного интеллекта
работать с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской и производственный учет товаров

Обучающийся должен владеть:

Нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности
Навыками самостоятельного приобретения новых знаний, а также навыками передачи знаний, связанных с использованием математики и физики в товароведных и экспертных исследованиях.
Методологией поиска и использования действующих технических регламентов, стандартов, сводов правил
Современной технологией торговли, в том числе применением искусственного интеллекта методами оперативного учета информационных данных в коммерческой деятельности

Самостоятельная аудиторная работа обучающихся по теме:

1. Ответить на вопросы по теме занятия

характеристика основных групп технико-экономических показателей работы склада

характеристика торгового технологического процесса на оптовом складе

2. Практическая подготовка.

Практическая работа № 14. Технико-экономические показатели работы склада.

1. Изучить задачи и основные направления механизации технологических складских операций.

2. Ознакомление с планировкой основных операционных зон общетоварного склада

3. Начертить схему планировки основных операционных зон специального склада по хранению обуви и сложно-бытовой техники.

4. Рассчитать потребности в средствах механизации складов

Практическая работа № 15. Организация торгово-технологического процесса на оптовом складе.

Посетить оптовый склад, составить отчет.

Наименование

Форма собственности

Сфера деятельности

Ассортимент

Характеристика торгово-технологического процесса

Опыт внедрения искусственного интеллекта в коммерческую деятельность

Результаты работы должны быть представлены в виде таблиц, записи в тетрадях.

Выводы: записываются по ходу работы, с ответами на поставленные в практической работе вопросы.

Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся по теме:

Задания для самостоятельной внеаудиторной работы студентов по указанной теме:

1) Ознакомиться с теоретическим материалом по теме занятия с использованием конспектов лекций и рекомендуемой учебной литературы.

2) Ответить на вопросы для самоконтроля

1. Изложите последовательность выполнения операций по поступлению и приемке товаров на складе при доставке их в железнодорожных вагонах, железнодорожных контейнерах, автомобильным транспортом.
2. Как осуществляется приемка товаров по количеству и качеству?
3. Что служит основанием для предъявления претензий поставщику?
4. Объясните суть разработки рациональной схемы размещения товаров на складских площадях.
5. Обоснуйте преимущества и недостатки различных способов хранения товаров.
6. Покажите состав и основные пути сокращения товарных потерь, возникающих в процессе хранения товаров на складе.
7. Какие потери не включаются в нормы естественной убыли?
8. Как производится механизированная отборка товаров с мест хранения?
9. Роль и значение ИИ в современной торговле.
10. Приведите примеры ИИ в коммерческой деятельности.

3) Проверить свои знания с использованием тестового контроля

1. Для выполнения основных технологических операций на складе - хранения товаров, распаковки, упаковки, комплектования, приёмки и отпуска товаров - предназначаются помещения...

а) основного производственного назначения
б) вспомогательные
в) подсобно-технические

2. Основные подъемно - транспортные операции, проводимые на складах:
а) захват груза
б) подъем, перемещение и выдача груза
в) укладка груза в штабель, на стеллажи, снятие его со стеллажей
г) крепление грузов, укладка и уборка подкладок
д) застроповка или отстроповка сформированных пакетов
е) накладывание или снятие захватных устройств

3. К грузоподъемным машинам относят:
а) краны
б) грузовые лифты
в) электротали
г) электрические лебедки
д) напольные тележки
е) автопогрузчики

4. ... хранение представляет собой способ хранения товаров в таре, на поддонах, малогабаритных контейнерах, уложенных по определенной схеме в несколько ярусов.

5. Штабеля с товарами должны размещаться на складах не ближе чем на ... м. от внешней стены
а) 0,5
б) 0,8
в) 1.0

4) Подготовить рефераты по темам:

1. Характеристика современных форматов товарных складов.
2. Технологические и общетехнические требования к устройству сладов.
3. Определение потребности в складской площади и емкости складов.
4. Виды складских помещений и их планировка.

5) Выполнить курсовую работу – см. приложение Б.

6) Подготовить анализ научных статей по темам:

- Цифровизация как фактор повышения эффективности (на примере производства любой группы товаров)

- Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии

- Перспективы применения IT-технологий на предприятиях розничной торговли (оптовой торговли, предприятиях пищевой промышленности)

Рекомендуемая литература:

Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год, место издания	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие в ЭБС
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
1	Коммерческая деятельность : учебник	Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; ред. Л. П. Дашков	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Основы организации торговли : учебник	О. Н. Гутникова ; ред. Л. П. Дашков.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Организация и	Л. П. Дашков, О.	Москва :	-	ЭБС

	управление коммерческой деятельностью : учебник	В. Памбухчиянц.	Дашков и К, 2025		«Университетская библиотека онлайн»
4	Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник	Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Методика оценки поведения потребителей в розничной торговле : учебное пособие	Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко.	Москва, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Психология рекламной деятельности : учебник	М. А. Измайлова.	Москва : Дашков и К, 2024.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
7	Организация торговли : учебник	О. В. Памбухчиянц.	Москва : Дашков и К, 2025.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
8	Основы рекламы : учебник	Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин.	Москва : Дашков и К, 2023.	-	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

Дополнения и изменения в приложении А к рабочей программе рассмотрены на заседании кафедры
«17» февраля 2026 г., протокол № 7
Зав. кафедрой Л.Н. Шмакова

Внесенные изменения и дополнения утверждаю:
Проректор по учебной работе Е.Н. Касаткин
«19» февраля 2026 г., протокол № 3

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кировский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра менеджмента и товароведения

Приложение Б к рабочей программе дисциплины (модуля)

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

«Организация и управление коммерческой деятельностью»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
Направленность (профиль) ОПОП – Товароведение и экспертиза товаров
Форма обучения очно-заочная

1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания	Критерии и шкалы оценивания				Оценочное средство	
	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	для текущего контроля	для промежуточной аттестации
ОПК-4 Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы						
ИД ОПК-4.1 Обосновывает организационно-управленческие решения по управлению ассортиментом товаров						
Знать	Фрагментарные знания принципов формирования и методов управления ассортиментом товаров	Общие, но не структурированные знания принципов формирования и методов управления ассортиментом товаров	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания принципов формирования и методов управления ассортиментом товаров	Сформированные систематические знания принципов формирования и методов управления ассортиментом товаров	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
Уметь	Частично освоенное умение анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента	Сформированное умение анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
Владеть	Фрагментарное применение навыков организаци-	В целом успешное, но не систематическое приме-	В целом успешное, но содержащее отдель-	Успешное и систематическое	устный опрос,	тест, собеседова-

	онной работы. Навыков постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов	нение навыков организационной работы. Навыков постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов	ные пробелы применение навыков организационной работы. Навыков постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов	применение навыков организационной работы. Навыков постановки цели и выбора наиболее экономичных средств ее достижения, исходя из интересов различных субъектов с учетом непосредственных отдаленных результатов	практическая работа, реферат, эссе, тест	ние, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
ПК-3 Способен осуществлять торгово-закупочную деятельность						
ИД ПК 3.1 Проводит организацию закупок и приемки потребительских товаров						
Знать	Фрагментарные знания критериев выбора поставщиков потребительских товаров. Порядка согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам. Правил организации закупки, поставки товаров. Видов договоров, правила заключения договоров. Нормативную и техническую документацию по приемке товаров.	Общие, но не структурированные знания критериев выбора поставщиков потребительских товаров. Порядка согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам. Правил организации закупки, поставки товаров. Видов договоров, правила заключения договоров. Нормативную и техническую документацию по приемке товаров.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания критериев выбора поставщиков потребительских товаров. Порядка согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам. Правил организации закупки, поставки товаров. Видов договоров, правила заключения договоров. Нормативную и техническую доку-	Сформированные систематические знания критериев выбора поставщиков потребительских товаров. Порядка согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам. Правил организации закупки, поставки товаров. Видов договоров, правила заключения до-	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа

			ментацию по приемке товаров.	говоров. Нормативную и техническую документацию по приемке товаров.		
Уметь	Частично освоенное умение осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную деятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную деятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную деятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности	Сформированное умение осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную деятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
Владеть	Фрагментарное применение навыков анализа ком-	В целом успешное, но не систематическое приме-	В целом успешное, но содержащее отдель-	Успешное и систематическое	устный опрос,	тест, собеседова-

	мерческих предложений и выбором поставщиков. Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств. Навыков приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.	нение навыков анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков. Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств. Навыков приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.	ные пробелы применение навыков анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков. Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств. Навыков приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.	применение навыков анализа коммерческих предложений и выбором поставщиков. Практикой закупки и поставки товаров. Оформления и контроля договорных обязательств. Навыков приемки товаров по количеству, качеству, комплектности.	практическая работа, реферат, эссе, тест	ние, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
ИД ПК 3.2 Организует учет и контроль за закупками для обеспечения надлежащего ассортимента и качества товаров						
Знать	Фрагментарные знания методов учета и контроля за закупками товаров	Общие, но не структурированные знания методов учета и контроля за закупками товаров	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания методов учета и контроля за закупками товаров	Сформированные систематические знания методов учета и контроля за закупками товаров	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа
Уметь	Частично освоенное умение проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия матери-	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-	Сформированное умение	устный опрос, практическая работа, реферат,	тест, собеседование, прием практических навыков

	альных ресурсов и продукции. Проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов	материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции. Проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов	материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции. Проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов		эссе, тест	(решение ситуационных задач), курсовая работа
Владеть	Фрагментарное применение навыков управления товарами в сфере обращения	В целом успешное, но не систематическое применение навыков управления товарами в сфере обращения	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков управления товарами в сфере обращения	Успешное и систематическое применение навыков управления товарами в сфере обращения	устный опрос, практическая работа, реферат, эссе, тест	тест, собеседование, прием практических навыков (решение ситуационных задач), курсовая работа

2. Типовые контрольные задания и иные материалы

2.1. Примерный комплект типовых заданий для оценки сформированности компетенций, критерии оценки

Код компетенции	Комплект заданий для оценки сформированности компетенций
ОПК-4	**Примерные вопросы к устному опросу, собеседованию текущего контроля, вопросы к экзамену** 1. Ассортимент товаров как сложная система и объект управления. 2. Управление ассортиментом. 3. Ассортиментная политика торгового предприятия. 4. Этапы управления ассортиментом.
	Тестовые задания (разноуровневые) для текущего контроля и промежуточной аттестации **1 уровень:** 1. Какую форму товародвижения целесообразно использовать при оптовой продаже товаров простого ассортимента? а) складскую б) транзитную в) транзитно-складскую г) оптово-транзитную 2. По широте охвата товаров выделяют ассортимент: а) простой, б) оптимальный, в) сложный, г) рациональный, д) видовой. 3. Общие факторы при формировании ассортимента а) покупательский спрос б) тип магазина в) размер магазина 4. Магазин «Ткани» - это а) специализированный с широким ассортиментом б) специализированный с узким ассортиментом в) комбинированный 5. Перечислить стадии технологического жизненного цикла товаров а) предтоварная стадия б) стадия зрелости в) товарная стадия г) стадия насыщения и спада д) стадия проектирования и разработки товаров е) стадия утилизации товаров и уничтожения ж) послереализационная стадия и) стадия роста 6. Циклические изменения объемов и продолжительности производства того или иного товара по времени? а) Жизненный цикл товаров б) Технологический жизненный цикл товаров в) Проектирование и разработка товаров г) Доведение товаров от производителя до потребителя 7. Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров а) устойчивость б) рациональность в) новизна г) глубина д) широта

	е) полнота **2 уровень:** 1. Ассортимент предлагаемых к продаже товаров, перечень оказываемых услуг, а также формы обслуживания определяются продавцом в соответствии с профилем _____своей деятельности 2. Расположить в последовательности стадии жизненного цикла товаров 1) стадия вхождения на рынок 2) стадия зрелости 3) стадия производства товаров 4) стадия насыщения и спада 5) стадия проектирования и разработки товаров 6) стадия роста **3 уровень:** 1. Рассчитайте коэффициенты устойчивости и новизны ассортимента кофе, если в универсаме имеется в торговом зале 50 наименований кофе, из них новых наименований кофе – 10. На российском рынке имеются предложения 60 наименований кофе. Устойчивым ассортиментом пользуются 15 кофе. 1) коэффициент устойчивости – 25; коэффициент новизны – 20 2) коэффициент устойчивости – 30; коэффициент новизны – 20 3) коэффициент устойчивости – 25; коэффициент новизны – 25
	Примерные ситуационные задачи 1. Рассчитайте коэффициенты устойчивости и новизны ассортимента: чая и кофе, если в универсаме имеется в торговом зале 150 наименований чая и 50 наименований кофе, из них новых наименований чая – 20, кофе – 10. На российском рынке имеются предложения 170 наименований чая и 60 наименований кофе. Устойчивым ассортиментом пользуются 65 наименований чая и 15 кофе. 2. Выпишите товары народного потребления из перечисленных: линейка, мебель, трамвай, нефть, станок ткацкий, природный газ, электродрель, кастрюля алюминиевая, мука пшеничная, пшеница краснозерная, кефир, яблоки, картофель, спирт ректифицированный. Чем отличаются товары народного потребления от других категорий товаров? **3.** В кондитерском отделе супермаркета реализуются конфеты и карамель в широком ассортименте. Видовой ассортимент конфет в зависимости от кондитерских масс следующий: помадные, фруктовые, кремовые, на карамельной основе, молочные. Видовой ассортимент карамели в зависимости от начинки: фруктово-ягодная, помадная, желейная, ореховая. Устойчивым спросом пользуются конфеты с молочными и помадными корпусами, карамель с фруктово-ягодной и ореховой начинкой. В видовом ассортименте конфет появились товары с новым видом конфетной массы. Пользуясь стандартами (ГОСТ 4570-93 и ГОСТ 6477-88), определить коэффициенты широты, полноты, устойчивости исследуемого ассортимента, степень обновления, относительный показатель структуры ассортимента кондитерских изделий в натуральном и стоимостном выражении.
	Примерный перечень практических навыков Анализировать ассортимент товаров для разработки эффективных организационно-управленческих решений в области товарного менеджмента.
	Примерные задания для выполнения курсовых работ 1. Разработка процесса формирования торгового ассортимента в оптовой торговле. 2. Формирование оптимального торгового ассортимента на предприятии розничной торговли. 3. Управление товарными категориями в розничной торговле. 4. Ассортиментная стратегия предприятия розничной торговли. 5. Анализ товарных запасов на предприятии.
	Примерные задания для написания (и защиты) рефератов 1. Структура ассортимента розничного торгового предприятия 2. Анализ ассортиментной политики торгового предприятия. 3. Нормативные и технические документы, определяющие ассортимент товаров. 4. Выделение категорий в ассортименте 5. Методы формирования сбалансированного ассортимента торговых предприятий различного профиля.

	6. Влияние перечня социально-значимых товаров на формирование ассортимента. 7. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Задачи управления ассортиментом. 8. Анализ эффективности ассортиментной политики торгового предприятия.
	Примерное задание для написания эссе 1. Ассортимент товаров в магазине?
ПК-3	**Примерные вопросы к устному опросу, собеседованию текущего контроля, вопросы к экзамену** 1. Понятие, значение и классификация розничной торговой сети. Виды розничных торговых предприятий. 2. Типы и типизация розничных торговых предприятий. Характеристика розничных торговых предприятий по уровню цен и по принадлежности. 3. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей. 4. Формат розничного торгового предприятия: понятие, основные и дополнительные характеристики. Характеристика современных форматов магазинов в продовольственной и непродовольственной рознице. 5. Материально-техническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним. Количественные и качественные характеристики развития розничной торговой сети. 6. Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия. 7. Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия. Преимущества и недостатки различных типов места расположения. 8. Понятие и классификация торговых центров. 9. Торговые зоны розничного торгового предприятия: классификация, общая характеристика, размер, форма, структура. 10. Оценка и выбор конкретного места расположения розничного торгового предприятия. Факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия. 11. Сущность торгово-технологического процесса в магазине и факторы, влияющие на его организацию. 12. Основные технологические схемы перемещения товаров в розничном торговом предприятии и их характеристика. 13. Организация и технология приемки товаров в розничном торговом предприятии, ее основные этапы. Факторы, влияющие на порядок приемки товаров в торговле. 14. Организация и технология операций по хранению и подготовке товаров к продаже. Способы и сроки хранения товаров в торговом предприятии. 15. Выкладка товаров в торговом зале: ее значение, способы и приемы. Факторы, влияющие на организацию выкладки товаров. Правила рациональной выкладки товаров на торговом оборудовании. 16. Правила мерчандайзинга. 17. Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Характеристика основных элементов, формирующих уровень обслуживания покупателей в магазине. 18. Магазинные формы продажи товаров: их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. 19. Внемагазинные формы продажи товаров: их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. 20. Услуги розничной торговли и их классификация. Организация дополнительного обслуживания в розничном торговом предприятии. 21. Нормативно-правовая база государственного регулирования розничной торговли в РФ. Организация государственного контроля за потребительским рынком. 22. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила работы предприятий розничной торговли. Их характеристика и основные требования. 23. Понятие концептуального магазиностроения. Основные группы помещений розничного торгового предприятия и их влияние на организацию торгово-технологических процессов. 24. Организация, принципы и нормы технологического проектирования. Требования, предъявляемые к технологической планировке магазина. 25. Основные этапы проектирования торговых помещений магазина: определение размера и устройства торгового зала. 26. Планировка торгового зала магазина; требования, предъявляемые к ней. Проблема «сильных» и «слабых» мест в торговом зале и пути ее решения. 27. Варианты размещения оборудования в торговом зале. Показатели, характеризующие эффективность использования торговых площадей. Ширина проходов в торговых залах магазинов.

	28. Организация расчетного узла и прикассовой зоны в магазине. 29. Основные этапы проектирования неторговых помещений магазина, расчет их площади, организация размещения. 30. Экономическая сущность оптовой торговли. Основные функции предприятий оптовой торговли. Оптовые посредники и их роль в процессе товародвижения. 31. Классификация оптовых торговых предприятий на товарном рынке. 32. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг. 33. Назначение, классификация и функции товарных складов. 34. Складские помещения, их группировка и роль в технологическом процессе. Технологические требования, предъявляемые к планировке склада. 35. Методика расчета общей площади товарного склада. Порядок определения потребности в грузовой и складской площади. 36. Понятие технологического процесса на складе, принципы и требования его организации. Схема технологического процесса на товарном складе. 37. Организация поступления и приемки товаров на складах. 38. Организации хранения товаров на складе. Определении мест хранения товаров и разработка рациональных схем размещения товаров. 39. Хранение товаров на складе. Принципы и способы укладки товаров на хранение и их влияние на эффективность использования складских площадей. 40. Организация процесса комплектации и отпуска товаров со склада оптового предприятия. Методы отборки товаров с мест хранения. 41. Организация торгового процесса на товарном складе. Методы продаж товаров со склада, их организационно-экономическая характеристика. 42. Технико-экономические показатели работы товарного склада. 43. Экономическая роль транспорта в торговом обращении. Виды транспорта и их характеристика. 44. Характеристика подвижного состава железнодорожного и автомобильного транспорта. 45. Организация и технология транспортно-экспедиционного обслуживания торговых предприятий. 46. Виды тарифов, используемые железнодорожным транспортом. 47. Автомобильные тарифы и факторы, влияющие на их величину.
	Тестовые задания (разноуровневые) для текущего контроля и промежуточной аттестации **1 уровень:** 1. Договор может быть заключен: а) только в письменной форме б) только в устной форме в) либо в устной, либо в письменной форме 2. Выберите неверное выражение: а) Предложение о заключении договора – это оферта б) Молчание не является акцептом в) Неустойка выражается в виде штрафа или пени г) Рекламу можно считать офертой 3. В зависимости от намерений покупателей спрос подразделяется: а) на потенциальный, б) импульсный, в) периодический, г) реализованный, д) альтернативный. 4. Преимущества установления прямых хозяйственных связей: а) снижение цены товара, б) отгрузка товаров большими партиями , в) замедление сроков реализации, г) создание узкого ассортимента, д) сокращение звенности товародвижения. 5. Заказ представляет собой: а) документ, отражающий потребность в товарах, б) просьбу о замене некачественного товара,

	в) письменное обращение покупателя о заключении договора, г) требование на производство товаров. 6. Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случае: а) нарушения ассортимента товаров б) неоднократного нарушения сроков поставки товаров в) несвоевременного предоставления информации г) поставки товаров в ненадлежащей таре 7. Основные критерии выбора клиентов для оптового предприятия: а) финансовое положение покупателя, б) форма расчетов, в) объем поставляемых товаров, г) коммуникационные условия, д) транспортные условия. 8. Методы розничной продажи товаров: а) самообслуживание, б) по личной отборке товаров покупателями, в) по телефону, факсу, г) по образцам, д) через комнаты товарных образцов. 9. Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок: а) консультации специалистов, б) доставка товаров, в) раскрой материала, г) продажа товаров в кредит, д) организация автостоянки. 10. Штабеля с товарами должны размещаться на складах не ближе чем на ... м. от внешней стены а) 0,5 б) 0,8 в) 1,0 11. При иногородней поставке срок приемки продовольственных товаров по качеству составляет а) 10 дней б) 20 дней в) 30 дней 12. Отходы, которые можно продать по более низкой цене или отправить на промпереработку а) ликвидные отходы б) неликвидные отходы в) брак 13. К количественным товаро - сопроводительным документам относят: а) счета б) акты списания в) отвесы, заборные листы, спецификации 14. Требования, предъявляемые к товарной информации: а) достоверность, доступность, достаточность б) красота исполнения в) лаконичность **2 уровень:** 1. Установите последовательность операций с товарами до предложения их покупателям: 1) разгрузка транспортных средств; 2) доставка товара в зону приема; 3) приемка товара по количеству и качеству; 4) доставка товара в зону хранения, подготовка к продаже или непосредственно в торговый зал в зависимости от степени готовности к продаже); 5) хранение товаров; 6) подготовка к продаже;

7) перемещение в торговый зал, выкладка на торговом оборудовании.

2. Установите соответствие

1. потребитель	А) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям
2. изготовитель	Б) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи
3. исполнитель	В) гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности
4. продавец	Г) организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору
5. импортер	Д) организация, осуществляющая определенную деятельность, или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностранным продавцом), выполняющие определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченные им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностранным продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества
6. уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель	Е) организация независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, осуществляющие импорт товара для его последующей реализации на территории Российской Федерации

3. Установите соответствие

1. срок годности	А) период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки
2. срок службы	Б) период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя
3. гарантийный срок	В) период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению.

4. Установите последовательность операций обслуживания покупателей
1) встреча покупателей;
2) предложение, показ товара;
3) отбор товаров покупателями;
4) расчет за отобранные товары;
5) оказание покупателям дополнительных услуг.
5. Установите последовательность операций по поступлению и приемке товара, **е**сли товар доставлен железнодорожным транспортом

	1) проверка целостности пломб и вскрытие вагона; 2) осмотр состояния поступившего груза (состояние укладки, тары и т.п.); 3) выгрузка товара с укладкой на поддоны или тележки; 4) первичная приемка товара по количеству (соответствие числа мест сопроводительному документу); 5) доставка товара на участок приемки. **3 уровень:** 1. К директору магазина «Хлеб» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол директора разрезанную булку хлеба столового, в которой на срезе видны нити от мешковины. Что должен предпринять директор магазина? 1) Принять хлеб обратно, вернуть деньги 2) Обменять на качественный 3) Отказать покупателю, отправить к производителю 2. В магазин поступил новый вид сыра. Покупатель попросил попробовать его. Как должен поступить продавец? 1) Дать попробовать сыр покупателю 2) Отказать покупателю 3) Взвесить небольшой кусочек, покупателю оплатить 3. Покупательница купила 3 м ткани, но оказалось, что ткань разонравилась. Можно ли обменять данный товар? Если можно, то в какой срок? 1) ткани возврату и обмену не подлежат 2) обменять можно в течение 14 дней 3) обменять можно в течение 5 дней 4. За нарушение предусмотренных статьями 20, 21 и 22 Закона О защите прав потребителей сроков, а также за невыполнение (задержку выполнения) требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер), допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню). В каком размере выплачивают неустойку? 1) 1% цены товара 2) 10% цены товара 3) на усмотрение продавца
	Примерные ситуационные задачи 1. Гражданин Иванов привез холодильник в ремонтную мастерскую фирмы-производителя. Холодильник не приняли, сказав, что запчастей нет, так как данную модель холодильника сняли с производства год назад. Обязана ли мастерская принять холодильник на ремонт? Может ли покупатель в данной ситуации обменять холодильник на аналогичную модель? 2. Гражданка Петрова собралась приобрести в магазине понравившееся ей кресло. Но продавец сказал, что это кресло продается только в комплекте с пуфиком. Она долго спорила с продавцом, отстаивая свое право купить кресло, но в итоге ей пришлось купить полный комплект. Может ли гражданка Петрова потребовать возмещения убытков, вследствие нежелательной покупки пуфика? Прав ли в данной ситуации продавец? 3. Гражданин купил комплект постельного белья в подарок жене, но оказалось, что пододеяльник не подходит по размеру. Можно ли обменять данный товар? Если можно, то в какой срок? 4. Покупательница обратилась в магазин с просьбой принять назад сапоги женские, не подошедшие ей по размеру и вернуть деньги. Товар был приобретен несколько часов назад. Заведующий отделом отказался произвести такой обмен. Кто прав в данной ситуации? Ваши действия в качестве заведующего? Ответ обоснуйте.
	Примерный перечень практических навыков Осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров. Осуществлять связь с поставщиками и потребителями. Организовывать торгово-закупочную деятельность, контролировать выполнение договорных обязательств. Составлять и анализировать договора купли-продажи (контракты) потребительских товаров. Осуществлять приемку товаров по количеству и качеству и комплектности. Проводить оперативный учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей, контроль наличия материальных ресурсов и продукции. Проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов
	Примерные задания для выполнения курсовых работ 1. Торговое предприятие как экономическая система управления. 2. Организация и развитие малых предприятий в торговле России. 3. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на потребительском рынке.

	4. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на рынке товаров. 5. Исследование системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, функционирующего на рынке товаров. 6. Системы управления розничной торговлей товаров на основе компьютерных программ. 7. Системы управления оптовой торговлей на основе компьютерных программ. 8. Системы управления товародвижением в розничной торговле. 9. Системы управления товародвижением в оптовой торговле 10. Системы управления складом в оптовой торговле. 11. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью торгового предприятия. 12. Роль оптовой торговли в высокоразвитой рыночной экономике. 13. Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли (различных типов и видов). 14. Организация современных форм оптовой торговли в России и за рубежом. 15. Организация и развитие оптовых торговых сетей в России. 16. Интеграция оптовой и розничной торговли в современных условиях. 17. Организация оптовой торговли за рубежом (на примере нескольких стран). 18. Организация розничной торговли за рубежом (на примере нескольких стран). 19. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли. 20. Маркетинг закупок и сбыта товаров на предприятии оптовой торговли. 21. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли. 22. Системный подход к формированию коммерческих связей и организации распределения товаров в оптовой торговле. 23. Организация системы закупки и продажи товаров на предприятии оптовой торговли. 24. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли. 25. Автоматизация торговых и информационных процессов на предприятии оптовой торговли. 26. Рационализация товарных потоков в распределительном центре сетевой компании. 27. Организация продажи товаров со склада предприятия оптовой торговли. 28. Развитие сервиса в оптовой торговле России. 29. Мерчандайзинг в организации оптовой торговли 30. Управление товародвижением в оптовой торговле. 31. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. 32. Организация коммерческой деятельности предприятия (оптовой, розничной, фирмы) и пути ее совершенствования. 33. Организация современных форм розничной торговли. 34. Организация и развитие розничных торговых сетей в России. 35. Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли. 36. Стратегия развития коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара). 37. Организация и развитие франчайзинговых систем в розничной (оптовой) торговле. 38. Анализ и прогнозирование потребительского спроса на предприятии розничной торговли. 39. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияния на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли. 40. Организация коммерческой деятельности предприятия розничной торговли с использованием маркетинга. 41. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли. 42. Развитие материально-технической базы розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности. 43. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность. 44. Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность 45. Организация закупки товаров и формирования коммерческих связей предприятий розничной торговли на потребительском рынке. 46. Организационно-экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли. 47. Исследование систем закупочной деятельности предприятий розничной торговли товарами (продовольственными, непродовольственными).

	48. Организация закупок и поставок товаров на предприятии розничной торговли. 49. Организация закупок и поставок товаров на основе автоматизации товародвижения. 50. Планирование и организация закупок на предприятии розничной торговли. 51. Организация продажи товаров и обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли: формы, методы и эффективность. 52. Мониторинг торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли конкретными группами товаров. 53. Разработка стандарта обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли. 54. Исследование системы торгового обслуживания на предприятии розничной торговли. 55. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. 56. Организация и развитие интернет-магазинов в розничной торговле. 57. Организация розничной торговли товарами (конкретная группа продовольственных или непродовольственных товаров) на основе принципов мерчандайзинга. 58. Организация торгового процесса отдела (на примере любой группы товаров) магазина на основе принципов мерчандайзинга. 59. Организация выставочно-ярмарочной деятельности на рынке товара. 60. Организация деятельности универсальной (специализированной) торгово-промышленной выставки. 61. Регулирование деятельности выставок и ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне управления. 62. Организация деятельности универсальных (специализированных) ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне управления. 63. Организация и управление коммерческой деятельностью на аукционе. 64. Организация современных форм аукционной торговли товарами. 65. Организация проведения торгов на муниципальном (федеральном) уровне управления. 66. Организация представления тендера (предложения) предприятием оптовой торговли (поставщиком товара) для участия в торгах. 67. Организация и управление коммерческой деятельностью на оптовом товарном рынке. 68. Методы анализа коммерческих процессов (коммерческой деятельности) торгового предприятия. 69. Современные виды стратегий и их использование в коммерческой деятельности предприятия. 70. Разработка стратегии предприятия с целью выхода его на внешний рынок. 71. Предложение товаров и его формирование в условиях конкуренции. 72. Деятельность фирменных магазинов. 73. Деятельность супермаркетов (универсамов) в регионе (городе, районе). 74. Деятельность сетевых магазинов. 75. Электронная торговля: ее преимущества, оценка. 76. Дистанционная продажа: практика, проблемы, оценка. 77. Защита прав потребителей как фактор улучшения их обслуживания. 78. Формы и методы реализации товаров, их оценка. 79. Анализ поступления товаров на предприятии торговли. 80. Анализ и управление сбытовой деятельностью предприятия. 81. Повышение культуры и качества обслуживания покупателей в современных условиях. 82. Технология управления товарными запасами в торговле. **83.** Реклама на местах продажи товаров и пути ее совершенствования.
	Примерные задания для написания (и защиты) рефератов **Раздел 1. Розничная торговая сеть: как основной элемент коммерческой деятельности** 2. Корпоративные сети розничных торговых предприятий: особенности и перспективы развития в РФ. 3. Классификация розничной торговой сети и ее значение в оптимизации оперативных процессов в магазинах. 4. Характеристика современных форматов розничных торговых предприятий. 5. Факторы, влияющие на конкурентоспособность магазина. **Раздел 2. Размещение розничного торгового предприятия** 5. Методы размещения розничной торговой сети и их роль в повышении социальной значимости торговли. 6. Размещение розничной торговой сети как условие активизации процесса продажи товаров. 7. Размещение магазина как устойчивый фактор его конкурентного преимущества (на основании реальных примеров розничных торговых предприятий). 8. Создание торгово-развлекательных центров в России: состояние и перспективы развития. **Раздел 3. Организация торгового обслуживания покупателей** 6. Магазинные формы обслуживания покупателей: их сравнительная характеристика, пре-

	имущества и недостатки применения в условиях современной торговли. 7. Внемагазинные формы обслуживания покупателей: их сравнительная характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли. 8. Организация процесса продажи отдельных групп товаров личного потребления. 9. Услуги как дополнительный фактор повышения эффективности торгового предприятия. 10. Государственное регулирование сферы обращения: направления и методы воздействия. 11. Зарубежный опыт государственного регулирования сферы обращения. **Раздел 4. Технология розничных торговых предприятий** 4. Планировка торгового зала магазина как инструмент мерчандайзинга. 5. Виды планировки торгового зала и их влияние на стимулирование продаж. 6. Принципы размещения торгового оборудования и товаров в торговом зале магазина. **Раздел 5. Роль оптовых посредников в системе товароснабжения** 10. Роль оптовых посредников в установлении хозяйственных связей при поставке товаров в розничную сеть. 11. Особенности функционирования горизонтально интегрированных оптовых структур. 12. Роль посреднических предприятий в системе товароснабжения. 13. Агентские операции на рынке товаров и услуг. 14. Роль независимых посредников в системе товароснабжения. 15. Роль товарных бирж в системе товароснабжения. 16. Сущность оптовых ярмарок, функции и роль в системе товароснабжения. 17. Услуги и их роль в обеспечении конкурентоспособности оптовых фирм. 18. Создание горизонтально интегрированных систем в оптовой торговли. **Раздел 6. Склады: их роль в коммерческой деятельности** 5. Характеристика современных форматов товарных складов. 6. Технологические и общетехнические требования к устройству сладов. 7. Определение потребности в складской площади и емкости складов. 8. Виды складских помещений и их планировка. **Раздел 7. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания предприятий торговли** 5. Роль транспорта в торговле. 6. Основные критерии выбора вида транспорта для перевозки товаров. 7. Особенности организации перевозок автомобильным транспортом. 8. Особенности организации перевозок железнодорожным транспортом.
	Примерное задание для написания эссе 1. Мерчандайзинг как система активного продвижения товаров к покупателю. **2.** Защита прав потребителей как фактор улучшения их обслуживания

Критерии оценки экзаменационного собеседования, устного опроса, собеседования текущего контроля:

Оценки «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценки «хорошо» заслуживает обучающийся, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение в образовательной организации высшего образования и приступить к изучению последующих дисциплин.

Критерии оценки тестовых заданий:

«зачтено» - не менее 71% правильных ответов;
«не зачтено» - 70% и менее правильных ответов.

Критерии оценки ситуационных задач*:*

«зачтено» - обучающийся решил задачу в соответствии с алгоритмом, дал полные и точные ответы на все вопросы задачи, представил комплексную оценку предложенной ситуации, сделал выводы, привел дополнительные аргументы, продемонстрировал знание теоретического материала с учетом междисциплинарных связей, нормативно-правовых актов; предложил альтернативные варианты решения проблемы;

«не зачтено» - обучающийся не смог логично сформулировать ответы на вопросы задачи, сделать выводы, привести дополнительные примеры на основе принципа межпредметных связей, продемонстрировал неверную оценку ситуации.

Критерии оценки практических навыков:

«зачтено» - обучающийся обладает теоретическими знаниями и владеет методикой выполнения практических навыков, демонстрирует их выполнение, в случае ошибки может исправить при коррекции их преподавателем;

«не зачтено» - обучающийся не обладает достаточным уровнем теоретических знаний (не знает методики выполнения практических навыков) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки.

Критерии оценки выполнения курсовых работ

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если в работе полностью раскрыто теоретическое содержание темы, дан анализ действующей практики, содержится творческий подход к решению вопросов, сделаны обоснованные выводы и предложения, на все вопросы при защите обучающийся дал аргументированные ответы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если в работе содержание изложено на достаточном теоретическом уровне, большинство выводов правильно сформулированы и даны обоснованные предложения, на большую часть вопросов обучающийся дал правильные ответы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в работе теоретические вопросы в основном раскрыты, выводы в основном правильные. Предложения представляют интерес, но недостаточно убедительно аргументированы, не на все вопросы обучающийся дал правильные ответы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в работе недостаточно раскрывается поставленная тема, есть ошибки в формулировании методологического аппарата и выводов, при защите обучающийся не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов, т.е. обнаружил серьезные пробелы в профессиональных знаниях, есть замечания по оформлению текста курсовой работы.

Критерии оценки написания (и защиты) рефератов:

«зачтено» – обоснована актуальность проблемы и темы, содержание соответствует теме и плану реферата, полно и глубоко раскрыты основные понятия проблемы, обнаружено достаточное владение терминологией, продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал, умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы, к анализу привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.), полностью соблюдены требования к оформлению реферата, грамотность и культура изложения материала на высоком уровне.

«не зачтено» – не обоснована или слабо обоснована актуальность проблемы и темы, содержание не соответствует теме и плану реферата, обнаружено недостаточное владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы, не продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал, умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы, использован очень ограниченный круг литературных источников по проблеме, не соблюдены требования к оформлению реферата, отсутствует грамотность и культура изложения материала.

Критерии оценки по написанию эссе:

«зачтено» - обучающийся раскрыл основное содержание темы, показал творческий подход к решению проблемы, использовал ориентацию на междисциплинарные связи, привел примеры, сделал выводы.

«не зачтено» - обучающийся не раскрыл основное содержание всех вопросов, не показал творческого подхода к решению проблемы и знаний по теме.

2.2. Примерные вопросы к экзамену

Примерные вопросы к устному опросу, собеседованию текущего контроля

1. Понятие, значение и классификация розничной торговой сети. Виды розничных торговых предприятий.
2. Типы и типизация розничных торговых предприятий. Характеристика розничных торговых предприятий по уровню цен и по принадлежности.
3. Характеристика предприятий розничной торговли по принадлежности. Достоинства и недостатки независимых торговых посредников и розничных корпоративных сетей.
4. Формат розничного торгового предприятия: понятие, основные и дополнительные характеристики. Характеристика современных форматов магазинов в продовольственной и непродовольственной рознице.
5. Материально-техническая база розничной торговли. Классификация торговых зданий и требования, предъявляемые к ним. Количественные и качественные характеристики развития розничной торговой сети.
6. Алгоритм (этапы выбора) принятия решения о месторасположении розничного торгового предприятия. Выбор региона расположения торгового предприятия.
7. Принципы размещения розничной торговой сети. Выбор типа места расположения торгового предприятия. Преимущества и недостатки различных типов места расположения.
8. Понятие и классификация торговых центров.
9. Торговые зоны розничного торгового предприятия: классификация, общая характеристика, размер, форма, структура.
10. Оценка и выбор конкретного места расположения розничного торгового предприятия. Факторы, определяющие место расположения розничного торгового предприятия.
11. Сущность торгово-технологического процесса в магазине и факторы, влияющие на его организацию.
12. Основные технологические схемы перемещения товаров в розничном торговом предприятии и их характеристика.

13. Организация и технология приемки товаров в розничном торговом предприятии, ее основные этапы. Факторы, влияющие на порядок приемки товаров в торговле.
14. Организация и технология операций по хранению и подготовке товаров к продаже. Способы и сроки хранения товаров в торговом предприятии.
15. Выкладка товаров в торговом зале: ее значение, способы и приемы. Факторы, влияющие на организацию выкладки товаров. Правила рациональной выкладки товаров на торговом оборудовании.
16. Правила мерчандайзинга.
17. Понятие системы торгового обслуживания покупателей. Характеристика основных элементов, формирующих уровень обслуживания покупателей в магазине.
18. Магазинные формы продажи товаров: их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли.
19. Внемагазинные формы продажи товаров: их характеристика, преимущества и недостатки применения в условиях современной торговли.
20. Услуги розничной торговли и их классификация. Организация дополнительного обслуживания в розничном торговом предприятии.
21. Нормативно-правовая база государственного регулирования розничной торговли в РФ. Организация государственного контроля за потребительским рынком.
22. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила работы предприятий розничной торговли. Их характеристика и основные требования.
23. Понятие концептуального магазиностроения. Основные группы помещений розничного торгового предприятия и их влияние на организацию торгово-технологических процессов.
24. Организация, принципы и нормы технологического проектирования. Требования, предъявляемые к технологической планировке магазина.
25. Основные этапы проектирования торговых помещений магазина: определение размера и устройства торгового зала.
26. Планировка торгового зала магазина; требования, предъявляемые к ней. Проблема «сильных» и «слабых» мест в торговом зале и пути ее решения.
27. Варианты размещения оборудования в торговом зале. Показатели, характеризующие эффективность использования торговых площадей. Ширина проходов в торговых залах магазинов.
28. Организация расчетного узла и прикассовой зоны в магазине.
29. Основные этапы проектирования неторговых помещений магазина, расчет их площади, организация размещения.
30. Экономическая сущность оптовой торговли. Основные функции предприятий оптовой торговли. Оптовые посредники и их роль в процессе товародвижения.
31. Классификация оптовых торговых предприятий на товарном рынке.
32. Особенности функционирования различных посреднических фирм на рынке товаров и услуг.
33. Назначение, классификация и функции товарных складов.
34. Складские помещения, их группировка и роль в технологическом процессе. Технологические требования, предъявляемые к планировке склада.
35. Методика расчета общей площади товарного склада. Порядок определения потребности в грузовой и складской площади.
36. Понятие технологического процесса на складе, принципы и требования его организации. Схема технологического процесса на товарном складе.
37. Организация поступления и приемки товаров на складах.
38. Организации хранения товаров на складе. Определении мест хранения товаров и разработка рациональных схем размещения товаров.
39. Хранение товаров на складе. Принципы и способы укладки товаров на хранение и их влияние на эффективность использования складских площадей.

40. Организация процесса комплектации и отпуска товаров со склада оптового предприятия. Методы отборки товаров с мест хранения.
41. Организация торгового процесса на товарном складе. Методы продаж товаров со склада, их организационно-экономическая характеристика.
42. Технико-экономические показатели работы товарного склада.
43. Экономическая роль транспорта в торговом обращении. Виды транспорта и их характеристика.
44. Характеристика подвижного состава железнодорожного и автомобильного транспорта.
45. Организация и технология транспортно-экспедиционного обслуживания торговых предприятий.
46. Виды тарифов, используемые железнодорожным транспортом.
47. Автомобильные тарифы и факторы, влияющие на их величину.
48. Ассортимент товаров как сложная система и объект управления.
49. Управление ассортиментом.
50. Ассортиментная политика торгового предприятия.
51. Этапы управления ассортиментом.

2.2 Примерная тематика курсовых работ

1. Торговое предприятие как экономическая система управления.
2. Организация и развитие малых предприятий в торговле России.
3. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на потребительском рынке.
4. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на рынке товаров.
5. Исследование системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, функционирующего на рынке товаров.
6. Системы управления розничной торговлей товаров на основе компьютерных программ.
7. Системы управления оптовой торговлей на основе компьютерных программ.
8. Системы управления товародвижением в розничной торговле.
9. Системы управления товародвижением в оптовой торговле
10. Системы управления складом в оптовой торговле.
11. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
12. Роль оптовой торговли в высокоразвитой рыночной экономике.
13. Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли (различных типов и видов).
14. Организация современных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
15. Организация и развитие оптовых торговых сетей в России.
16. Интеграция оптовой и розничной торговли в современных условиях.
17. Организация оптовой торговли за рубежом (на примере нескольких стран).
18. Организация розничной торговли за рубежом (на примере нескольких стран).
19. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.
20. Маркетинг закупок и сбыта товаров на предприятии оптовой торговли.
21. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли.
22. Системный подход к формированию коммерческих связей и организации распределения товаров в оптовой торговле.
23. Организация системы закупки и продажи товаров на предприятии оптовой торговли.
24. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.
25. Автоматизация торговых и информационных процессов на предприятии оптовой торговли.
26. Разработка процесса формирования торгового ассортимента в оптовой торговле.
27. Рационализация товарных потоков в распределительном центре сетевой компании.
28. Организация продажи товаров со склада предприятия оптовой торговли.
29. Развитие сервиса в оптовой торговле России.

30. Мерчандайзинг в организации оптовой торговли
31. Управление товародвижением в оптовой торговле.
32. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
33. Организация коммерческой деятельности предприятия (оптовой, розничной, фирмы) и пути ее совершенствования.
34. Организация современных форм розничной торговли.
35. Организация и развитие розничных торговых сетей в России.
36. Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли.
37. Стратегия развития коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
38. Организация и развитие франчайзинговых систем в розничной (оптовой) торговле.
39. Анализ и прогнозирование потребительского спроса на предприятии розничной торговли.
40. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияния на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли.
41. Организация коммерческой деятельности предприятия розничной торговли с использованием маркетинга.
42. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.
43. Развитие материально-технической базы розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
44. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
45. Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность
46. Формирование оптимального торгового ассортимента на предприятии розничной торговли.
47. Управление товарными категориями в розничной торговле.
48. Организация закупки товаров и формирования коммерческих связей предприятий розничной торговли на потребительском рынке.
49. Организационно-экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.
50. Исследование систем закупочной деятельности предприятий розничной торговли товарами (продовольственными, непродовольственными).
51. Организация закупок и поставок товаров на предприятии розничной торговли.
52. Организация закупок и поставок товаров на основе автоматизации товародвижения.
53. Планирование и организация закупок на предприятии розничной торговли.
54. Организация продажи товаров и обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли: формы, методы и эффективность.
55. Мониторинг торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли конкретными группами товаров.
56. Разработка стандарта обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли.
57. Исследование системы торгового обслуживания на предприятии розничной торговли.
58. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
59. Организация и развитие интернет-магазинов в розничной торговле.
60. Организация розничной торговли товарами (конкретная группа продовольственных или непродовольственных товаров) на основе принципов мерчандайзинга.
61. Организация торгового процесса отдела (на примере любой группы товаров) магазина на основе принципов мерчандайзинга.
62. Организация выставочно-ярмарочной деятельности на рынке товара.
63. Организация деятельности универсальной (специализированной) торгово-промышленной выставки.
64. Регулирование деятельности выставок и ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне

управления.
65. Организация деятельности универсальных (специализированных) ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне управления.
66. Организация и управление коммерческой деятельностью на аукционе.
67. Организация современных форм аукционной торговли товарами.
68. Организация проведения торгов на муниципальном (федеральном) уровне управления.
69. Организация представления тендера (предложения) предприятием оптовой торговли (поставщиком товара) для участия в торгах.
70. Организация и управление коммерческой деятельностью на оптовом товарном рынке.
71. Методы анализа коммерческих процессов (коммерческой деятельности) торгового предприятия.
72. Современные виды стратегий и их использование в коммерческой деятельности предприятия.
73. Разработка стратегии предприятия с целью выхода его на внешний рынок.
74. Предложение товаров и его формирование в условиях конкуренции.
75. Деятельность фирменных магазинов.
76. Деятельность супермаркетов (универсамов) в регионе (городе, районе).
77. Деятельность сетевых магазинов.
78. Электронная торговля: ее преимущества, оценка.
79. Дистанционная продажа: практика, проблемы, оценка.
80. Защита прав потребителей как фактор улучшения их обслуживания.
81. Формы и методы реализации товаров, их оценка.
82. Ассортиментная стратегия предприятия розничной торговли.
83. Анализ товарных запасов на предприятии.
84. Анализ поступления товаров на предприятии торговли.
85. Анализ и управление сбытовой деятельностью предприятия.
86. Повышение культуры и качества обслуживания покупателей в современных условиях.
87. Технология управления товарными запасами в торговле.
88. Реклама на местах продажи товаров и пути ее совершенствования.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

3.1. Методика проведения тестирования

Целью этапа промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме тестирования, является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины).

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля) на последнем занятии. В случае проведения тестирования на компьютерах время и место проведения тестирования преподаватели кафедры согласуют с информационно-вычислительным центром и доводят до сведения обучающихся.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль).

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк тестовых заданий. Преподаватели кафедры разрабатывают задания для тестового этапа промежуточной аттестации, утверждают их на заседании кафедры и передают в информационно-вычислительный центр в электронном виде вместе с копией рецензии. Минимальное количество тестов, составляющих фонд тестовых заданий, рассчитывают по формуле: трудоемкость дисциплины в з.е. умножить на 50.

Тесты включают в себя задания 3-х уровней:

- ТЗ 1 уровня (выбрать все правильные ответы)
- ТЗ 2 уровня (соответствие, последовательность)
- ТЗ 3 уровня (ситуационная задача)

Соотношение заданий разных уровней и присуждаемые баллы

	Вид промежуточной аттестации
	экзамен
Количество ТЗ 1 уровня (выбрать все правильные ответы)	30
Кол-во баллов за правильный ответ	1
Всего баллов	**30**
Количество ТЗ 2 уровня (соответствие, последовательность)	15
Кол-во баллов за правильный ответ	2
Всего баллов	**30**
Количество ТЗ 3 уровня (ситуационная задача)	5
Кол-во баллов за правильный ответ	8
Всего баллов	**40**
Всего тестовых заданий	**50**
Итого баллов	**100**
Мин. количество баллов для аттестации	70

Описание проведения процедуры:

Тестирование является обязательным этапом экзамена независимо от результатов текущего контроля успеваемости. Тестирование может проводиться на компьютере или на бумажном носителе.

Тестирование на бумажном носителе:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре, преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания обучающийся должен выбрать правильные ответы на тестовые задания в установленное преподавателем время.

Обучающемуся предлагается выполнить 50 тестовых заданий разного уровня сложности на экзамене. Время, отводимое на тестирование, составляет не более полутора академических часов на экзамене.

Тестирование на компьютерах:

Для проведения тестирования используется программа INDIGO. Обучающемуся предлагается выполнить 50 тестовых заданий разного уровня сложности на экзамене. Время, отводимое на тестирование, составляет не более полутора академических часов на экзамене.

Результаты процедуры:

Результаты тестирования на компьютере или бумажном носителе имеют качественную оценку «зачтено» – «не зачтено». Оценки «зачтено» по результатам тестирования являются осно-

ванием для допуска обучающихся к собеседованию. При получении оценки «не зачтено» за тестирование обучающийся к собеседованию не допускается и по результатам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «неудовлетворительно».

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в экзаменационные ведомости в соответствующую графу.

3.2. Методика проведения приема практических навыков

Цель этапа промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме приема практических навыков является оценка уровня приобретения обучающимся умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины).

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля) на последнем занятии по дисциплине (модулю), или в день проведения собеседования, или может быть совмещена с экзаменационным собеседованием по усмотрению кафедры.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль).

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки умений и навыков. Банк оценочных материалов включает перечень практических навыков, которые должен освоить обучающийся для будущей профессиональной деятельности.

Описание проведения процедуры:

Оценка уровня освоения практических умений и навыков может осуществляться на основании положительных результатов текущего контроля при условии обязательного посещения всех занятий лабораторного типа.

Для прохождения этапа проверки уровня освоения практических навыков обучающийся должен овладеть всеми практическими умениями и навыками, предусмотренными программой дисциплины (модуля).

Результаты процедуры:

Результаты проверки уровня освоения практических умений и навыков имеют качественную оценку «зачтено» – «не зачтено». Оценки «зачтено» по результатам проверки уровня освоения практических умений и навыков являются основанием для допуска обучающихся к собеседованию. При получении оценки «не зачтено» за освоение практических умений и навыков обучающийся к собеседованию не допускается и по результатам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «неудовлетворительно».

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в экзаменационные ведомости в соответствующую графу.

3.3. Методика проведения устного собеседования

Целью процедуры промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме устного собеседования, является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины).

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля) в соответствии с приказом о проведении промежуточной аттестации. Деканатом факультета может быть составлен индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для обучающегося при наличии определенных обстоятельств.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает вопросы, как правило, открытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий (билеты). Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре, преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать устные развернутые ответы на поставленные в задании вопросы и задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов.

Собеседование может проводиться по вопросам билета и (или) по ситуационной(ым) задаче(ам). Результат собеседования при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и экзаменационные ведомости и представляются в деканат факультета.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

3.4. Методика проведения промежуточной аттестации в форме защиты эссе

Целью процедуры промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме защиты эссе, является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (ча-

сти дисциплины), оценка способности обучающегося к самостоятельному, творческому мышлению.

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля) в соответствии с расписанием учебных занятий (на последнем занятии).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль).

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает в себя примерные темы для написания эссе, критерии оценки. Обучающийся выбирает самостоятельно тему для творческой работы.

Описание проведения процедуры:

На защите обучающийся должен хорошо ориентироваться в представленном эссе, уметь объяснить источники цифровых данных, отвечать на вопросы как теоретического, так и практического характера, относящиеся к теме эссе.

Перед защитой обучающийся готовится как по эссе в целом, так и по замечаниям преподавателя.

Защита состоит из краткого изложения обучающимся основных положений эссе. В конце своего сообщения он отвечает на замечания и вопросы преподавателя и обучающихся. При оценке эссе преподаватель учитывает как качество написания эссе, так и результаты его защиты.

Результаты процедуры:

Результат процедуры оценивается «зачтено», «не зачтено».

Результаты проведения процедуры оценивания учитываются преподавателем при подведении итогов промежуточной аттестации по дисциплине.

3.5. Методика проведения защиты курсовых работ

Целью процедуры промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме защиты курсовой работы, является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины), оценка способности обучающегося к научно-исследовательской деятельности.

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль), по которой предусмотрено выполнение курсовой работы. В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится в соответствии с учебным планом и расписанием учебных занятий.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль).

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает в себя примерные темы курсовых работы. Обучающийся выбирает самостоятельно тему курсовой работы.

Описание проведения процедуры:

Законченную работу студент сдает на кафедру в бумажном и электронном виде.

Курсовая работа подлежит проверке на наличие заимствований и плагиата. Затем работа направляется на рецензирование.

Рецензирование курсовой работы включает:

Выявление ошибок и недочетов в работе.

Составление рецензии.

Рецензент выясняет соответствие работы поставленному заданию, актуальность темы, самостоятельность выполнения работы, степень применения теоретических знаний на практике и практическую значимость работы, анализирует положительные стороны, недостатки и ошибки, оценивает стиль изложения и оформления. Обязательным является наличие в отзыве предварительной оценки выполненной работы в форме вывода «Работа допускается к защите» или «Работа не допускается к защите».

Основанием для допуска к защите курсовой работы являются:

- оформление курсовой работы в соответствии с предъявляемыми к написанию курсовых работ требованиями;

- рецензия руководителя и его подпись на титульном листе.

Студент заранее готовит выступление на 8-10 минут, выбирая основные моменты в работе, сохраняя при этом структуру курсовой. В выступлении следует отразить мотивы выбора темы, объект, предмет, цель, задачи исследования, основное содержание, выводы и их обоснование. Подготовить мультимедийную презентацию, помогающую раскрыть основные положения работы.

Защита курсовой работы проводится в комиссии, в составе руководителя по данной теме и одного - двух преподавателей кафедры, назначенных заведующим кафедрой. По желанию возможно присутствие сотрудников деканата и приглашенных представителей работодателей.

Порядок защиты курсовой работы:

1) Доклад студента. Регламент – 8-10 минут. Доклад рекомендуется знать наизусть и сопровождать иллюстрационным материалом, который способствует эффективности выступления докладчика.

Студент в своем докладе должен раскрыть следующие вопросы:

- актуальность темы, цель и задачи работы, особенности нормативного регулирования исследуемых вопросов;

- состояние и особенности исследуемой проблемы;

- полученные результаты, выводы и предложения, степень их новизны.

2) Выступление рецензента с оценкой работы.

3) Ответы студента на вопросы рецензента и членов комиссии, присутствующих.

4) Обсуждение курсовой работы.

5) Заключение председателя комиссии с оценкой работы по балльной системе.

Результаты процедуры:

Курсовая работа оценивается по 4-х балльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка заносится в ведомость и протокол защиты курсовых ра-

бот и отражается в зачетной книжке студента.

3.6. Методика проведения защиты рефератов

Целью процедуры промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), проводимой в форме защиты реферата, является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины), оценка способности обучающегося к самостоятельному, творческому мышлению.

Локальные нормативные акты, регламентирующие проведение процедуры:

Проведение промежуточной аттестации обучающихся регламентируется Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, введенным в действие приказом от 08.02.2018 № 61-ОД.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится в процессе изучения дисциплины (модуля) в соответствии с расписанием учебных занятий.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимость применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль).

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает в себя примерные темы для написания рефератов, критерии оценки. Обучающийся выбирает самостоятельно тему для творческой работы.

Описание проведения процедуры:

На защите обучающийся должен хорошо ориентироваться в представленном реферате, уметь объяснить источники цифровых данных, отвечать на вопросы как теоретического, так и практического характера, относящиеся к теме реферата.

Перед защитой обучающийся готовится как по реферату в целом, так и по замечаниям преподавателя.

Защита состоит из краткого изложения обучающимся основных положений реферата. В конце своего сообщения он отвечает на замечания и вопросы преподавателя и обучающихся. При оценке реферата преподаватель учитывает как качество написания реферата, так и результаты его защиты.

Результаты процедуры:

Результат процедуры оценивается «зачтено», «не зачтено».

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке отмечается преподавателем в журнале.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

Составитель: Л.Н. Шмакова
Зав. кафедрой Л.Н. Шмакова