

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
**(ВлГУ)**

  
 УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор  
 по учебно-методической работе  
 А.А. Панфилов  
 « 14 » \_\_\_\_\_ 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ**  
 (наименование дисциплины)

Направление подготовки **38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»**

Профиль/программа подготовки **КОММЕРЦИЯ**

Уровень высшего образования **БАКАЛАВРИАТ**

Форма обучения **ОЧНАЯ**

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточ- ного контроля (экз./зачет)
7-ой	3 ЗЕ; 108	18	18	-	72	Зачет
Итого	3 ЗЕ; 108	18	18	-	72	Зачет

Владимир 2015

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Основы малого бизнеса в торговле» является формирование у студентов представления об экономических, социальных основах коммерческой деятельности малого предприятия, сущности и содержания деятельности по созданию собственного дела, обучение студентов практическим методам и приемам работы, создания и развития предприятия малого бизнеса.

Задачами дисциплины являются:

- изучить основные методы, применяемые при создании и управлении торговыми организациями малого бизнеса;
- сформировать навыки анализа и интерпретации оперативных решений в области управления малым бизнесом;
- освоить навыки разработки организационно-управленческих решений в области малого бизнеса в торговле.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы малого бизнеса в торговле» является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Процесс изучения дисциплины «Основы малого бизнеса в торговле» направлен на формирование у студентов навыков осуществления производственно-технологической деятельности в торговых предприятиях. Изучение данного курса опирается на знания студентов, полученные при изучении дисциплин «Коммерческая деятельность», «Экономика организации», «Торговое дело», «Теоретические основы товароведения». Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины «Основы малого бизнеса в торговле» позволяют студентам свободно ориентироваться и прочно усваивать знания в дальнейшем научно-практической и общественной деятельности.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

*Общекультурные:*

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2)

*Профессиональные (торгово-технологическая деятельность):*

- способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- организацию и управление коммерческой деятельностью торговых предприятий и структур для решения профессиональных задач (ОК-2);
- специфику формирования товарного ассортимента торговых предприятий, методики его анализа и оценки (ПК-2);

- организацию процесса закупки товаров торговыми предприятиями на отраслевом рынке (ОК-2);
- составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек (ПК-2);
- организацию форм и методов продажи товаров торговыми предприятиями разных видов и типов (ОК-2);

**Уметь:**

- формировать товарный ассортимент с учетом требований потребителей (ПК-2);
- организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров (ОК-2);
- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров (ПК-2);
- управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке (ПК-2);
- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида деятельности предприятия (ОК-2)

**Владеть:**

- формированием системы управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей (ОК-2);
- формированием и управлением ассортиментом товаров (ПК-2);
- планированием и организацией закупок и продаж товаров на предприятиях малого бизнеса (ОК-2);
- работой по закупкам товаров, приемке, хранению, продажам и обслуживанию покупателей на предприятиях малого бизнеса в торговле (ПК-2).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Малое предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики в торговле	7	1-2	2	2	-	-	8	-	2/50	
2	Основные направления и методы государственной поддержки и регулирования малого бизнеса в РФ	7	4-5	2	2	-	-	10	-	2/50	
3	Особенности и сущность экономического механизма функционирования мало-	7	6-7	2	2	-	-	8	-	2/50	Рейтинг контроль №1

	го предприятия (микропредприятия)										
4	Особенности ценообразования на предприятиях малого бизнеса в торговле	7	8-9	2	2	-	-	8	-	2/50	
5	Объем продаж организации малого бизнеса в сфере торговли	7	10-11	2	2	-	-	10	-	2/50	
6	Товарно-ассортиментная политика на предприятиях малого бизнеса в торговле	7	12-13	2	2	-	-	8	-	2/50	Рейтинг контроль №2
7	Предпринимательские идеи и их реализация	7	14-16	4	4	-	-	12	-	4/50	
8	Оценка эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса в торговле	7	17-18	2	2	-	-	8	-	2/50	Рейтинг контроль №3
<b>Всего</b>				<b>18</b>	<b>18</b>			<b>72</b>		<b>18/50</b>	<b>Зачет</b>

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Малое предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики в торговле*

Сущность предпринимательской деятельности. Понятие, виды, предпосылки создания малого бизнеса в мире и РФ. Значение малого бизнеса в экономике развитых стран и РФ. Развитие малого бизнеса в период перестройки и в настоящее время. Классификация предприятий малого бизнеса Законодательная база и управление малым бизнесом.

### *Тема 2. Основные направления и методы государственной поддержки и регулирования малого бизнеса РФ*

Влияние государства на предпринимательскую деятельность в разные периоды времени. Методы государственного регулирования малого бизнеса. Понятие конкуренции и конкурентоспособность предприятий малого бизнеса. Основные факторы конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства. Косвенные и прямые методы регулирования бизнесом. Меры по поддержанию и содействию развития малого бизнеса в России, реализуемые в кризисный период Законодательство по поддержке малого бизнеса и его применение. Развитие небанковских институтов финансирования малого бизнеса. Институты и виды поддержки малого бизнеса.

### ***Тема 3. Особенности и сущность экономического механизма функционирования малого предприятия (микропредприятия)***

Сущность и содержание экономического механизма функционирования организации малого бизнеса. Сущность и структура экономического механизма функционирования организации малого бизнеса. Правовые и нормативные основы регулирования деятельности организации малого бизнеса. Улучшение информационного обеспечения как условие эффективного развития малого предприятия. Механизм воздействия налоговой системы на деятельность организации малого бизнеса. Специальные налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства. Информационная база экономической работы субъектов малого бизнеса.

### ***Тема 4. Особенности ценообразования на предприятиях малого бизнеса в торговле***

Сущность и значение цены в рыночной экономике. Система и виды цен в Российской Федерации. Надбавки и скидки к ценам. Государственное регулирование цен. Методы ценообразования на потребительские товары. Особенности ценообразования в организации малого бизнеса. Ценовая политика и ценовая стратегия малого предприятия (микропредприятия).

### ***Тема 5. Объем продаж организации малого бизнеса в сфере торговли***

Показатели оборота розничной и оптовой торговли и их экономическая характеристика. Особенности анализа объема продаж малого предприятия розничной и оптовой торговли. Прогнозирование и планирование объема продаж розничной и оптовой торговли. Формирование товарных запасов малого торгового предприятия.

### ***Тема 6. Товарно-ассортиментная политика на предприятиях малого бизнеса в торговле***

Товарно-ассортиментная политика как целенаправленное управление Товарными ресурсами и номенклатурой товаров с ориентацией на потребителя. Факторы и процедура образования товарно-ассортиментной политики.

### ***Тема 7. Предпринимательские идеи и их реализация.***

Источники предпринимательских идей. Технология принятия бизнес решения. Виды планирования. Роль и место бизнес-планирования для разработки стратегии развития организации малого бизнеса. Порядок организации подготовительного этапа разработки бизнес-плана. Общая характеристика организации. Исследование рынка и основных конкурентов. План торговой деятельности. План маркетинговой деятельности. Финансовый план. План по рискам. Социально-экономическое обоснование планируемой деятельности. Резюме. Понятие и виды рисков, анализ потерь и зоны допущения рисков Контролирование риска. Организационно-технические мероприятия, предпринимаемые с целью минимизации размеров ущерба. Финансирование риска.

### ***Тема 8. Оценка эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса***

Основные стадии планирования хозяйственно-финансовой деятельности малого предприятия. Системный подход к анализу хозяйственно-финансовой деятельности малого предприятия. Основные этапы системного комплексного анализа эффективности деятельности малого предприятия (микропредприятия). Прогнозирование интегрального показателя эффективности функционирования организации малого бизнеса.

## **Перечень тем практических занятий**

### ***Тема 1. Малое предприятие как хозяйствующий субъект рыночной экономики в торговле***

Сущность предпринимательской деятельности. Организационно-правовые формы деятельности хозяйствующих субъектов малого предпринимательства. Классификация предпринимательской деятельности субъектов малого предпринимательства. Сущность и условия формирования благоприятной предпринимательской среды. Содержание и мотивы предпринимательства. Социально-экономические условия развития бизнеса. Сущность малого предпринимательства, основные критерии, определяющие малое предприятие (микропредприятие). Преимущества и недостатки малого предпринимательства и их роль в экономике страны и регионов.

### ***Тема 2. Основные направления и методы государственной поддержки и регулирования малого бизнеса РФ.***

Государственное регулирование и поддержка деятельности организации малого бизнеса в условиях рыночной экономики. Правовые и нормативные основы регулирования деятельности организации малого бизнеса. Государственное регулирование цен.

### ***Тема 3. Особенности и сущность экономического механизма функционирования малого предприятия (микропредприятия)***

Экономический потенциал организации малого и среднего бизнеса. Правовые и нормативные основы регулирования деятельности организации малого бизнеса. Улучшение информационного обеспечения как условие эффективного развития малого предприятия. Особенности налогообложения субъектов малого бизнеса. Единый налог на вменямый доход. Упрощенная система налогообложения. Специальные налоговые режимы.

### ***Тема 4. Особенности ценообразования на предприятиях малого бизнеса в торговле***

Факторы, влияющие на цены при закупке и продаже товаров. Определение критической точки цены в зависимости от объема продаж товаров и расчетной прибыли. Схема калькуляционных расчетов цены на реализуемый товар. Контроль и регулирование цены на товары.

### ***Тема 5. Объем продаж организации малого бизнеса в сфере торговли***

Рынки закупок и сбыта товаров - основа стратегии коммерческой деятельности в сфере малого бизнеса. Методы исследования рынков закупок и сбыта. Спрос и емкость рынков сбыта товаров. Изучение конъюнктуры в торговле товарами. Система оценки закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия на основе анализа результатов объема продажи и издержек обращения товаров.

### ***Тема 6. Товарно-ассортиментная политика на предприятиях малого бизнеса в торговле***

Формирование ассортимента потребительских товаров: понятие, факторы и этапы. Специфика формирования товарного ассортимента предприятий малого бизнеса, методики его анализа и оценки

### ***Тема 7. Предпринимательские идеи и их реализация.***

Организация финансового планирования деятельности субъектов малого предпринимательства. Бизнес – план и системный подход к анализу хозяйственно-финансовой деятель-

ности малого предприятия. Основные этапы составления бизнес-плана. Виды и методы оценки предпринимательских рисков. Бизнес-операция, ее ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков и диверсификации политики предприятия.

#### **Тема 8. Оценка эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса**

Управление финансовым состоянием малого предприятия. Методы калькулирования себестоимости малого предприятия. Объем продаж организации малого бизнеса. Прогнозирование и планирование объема продаж розничной и оптовой торговли. Управление расходами малого и среднего предприятия (микропредприятия). Формирование товарных запасов малого торгового предприятия.

### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

*Лекционный материал* должен иметь проблемный характер и отражать профиль подготовки слушателей. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде.

*Практические занятия* проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы. Так же используются:

– *опережающая самостоятельная работа* – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях;

– *компьютерные информационные технологии* – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации её в компетенции;

– *case-study* – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности и поиск вариантов лучших решений;

– *проблемное обучение* – стимулирование студентов к самостоятельной «генерации» знаний, умений и навыков, необходимых для решения конкретной проблемы;

– *контекстное обучение* – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

– *обучение на основе опыта* – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации его собственного опыта с предметом изучения.

### **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

## Вопросы к рейтинг-контролю № 1

- 1. К экономическим функциям малого бизнеса относится:**
  - а) включение в производство временно незанятых ресурсов;
  - б) внедрение новых товаров и услуг;
  - в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
  - г) верно все выше перечисленное.
- 2. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:**
  - а) к традиционному малому бизнесу;
  - б) венчурному бизнесу;
  - в) франчайзингу;
  - г) вообще не относятся к малому бизнесу.
- 3. К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относится:**
  - а) количество занятых на предприятии;
  - б) отраслевая принадлежность бизнеса;
  - в) количество постоянных клиентов;
  - г) единство собственности и управления на предприятии.
- 4. К локальным потребностям относятся те потребности, которым характерна:**
  - а) однородность;
  - б) широкая рассредоточенность клиентов;
  - в) консерватизм;
  - г) значительный круг клиентов.
- 5. К преимуществам малого бизнеса относятся:**
  - а) незначительные первоначальные издержки;
  - б) повышенная гибкость и мобильность;
  - в) повышенная устойчивость на рынке;
  - г) верно а) и б).
- 6. Все ниже перечисленные признаки относятся к современной сетевой экономике за исключением:**
  - а) равноправный партнерский характер взаимоотношения малого и крупного бизнеса;
  - б) значительная роль государства и среднего бизнеса в обеспечении эффективного взаимодействия малого и крупного бизнеса;
  - в) высокая роль неформальных институтов и связей между партнерами по бизнесу;
  - г) стабильность взаимоотношений крупного, среднего и мелкого бизнеса.
- 7. К основным формам поддержки малого бизнеса со крупных фирм можно отнести все кроме:**
  - а) налоговых льгот;
  - б) арендных и субарендных отношений;
  - в) контрактов;
  - г) лизинга.
- 8. К формам информационной поддержки малого бизнеса относится:**
  - а) сдача в аренду оборудования;
  - б) обеспечение возможностей пользоваться техническими библиотеками;



- в) оказание консультативных услуг малым предприятиям;
  - г) предоставление налоговых льгот.
- 9. К основным признакам предпринимательства относится все за исключением:**
- а) ориентация на получение прибыли;
  - б) готовность идти на любой риск ради получения результата;
  - в) материальная ответственность за результаты своих действий.
  - г) стремление к новациям и нововведениям..
- 10. Бизнесмен отличается от предпринимателя тем, что:**
- а) берет на себя риск ведения дела;
  - б) занимается организацией бизнеса;
  - в) ведет бизнес «традиционными» методами;
  - г) ищет новые сферы и способы ведения бизнеса.
- 11. К сильным сторонам единоличного предпринимателя можно отнести все за исключением:**
- а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
  - б) специализация управленческой деятельности.
  - в) принятие на себя риска ведения дел;
  - г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;
- 12. Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:**
- а) менеджмент;
  - б) маркетинг;
  - в) стратегическое планирование;
  - г) верно все выше перечисленное.
- 13. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:**
- а) в появлении и развитии функций бизнеса;
  - б) в полной независимости от государства;
  - в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
  - г) верно все выше перечисленное.
- 14. Для современного процедурного бизнеса прибыль является:**
- а) главной целью ведения бизнеса;
  - б) основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;
  - в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;
  - г) верно б) и в).
- 15. В современных условиях постиндустриального общества характерен:**
- а) только интуитивный бизнес;
  - б) только процедурный бизнес;
  - в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и ситуациях элементов интуитивного бизнеса;
  - г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;
- 16. К основным элементам бизнес операции относят:**
- а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
  - б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
  - в) организацию производства и реализации продукции;
  - г) верно все выше перечисленное.

**17. К правовой инфраструктуре бизнеса относят:**

- а) законы и постановления;
- б) обычаи хозяйственного оборота;
- в) нормы деловой этики;
- г) все перечисленное верно.

**18. Является ли приоритетным направлением государства развитие малого предпринимательства?**

- а) да
- б) нет.

**19. В каком нормативном документе РФ закреплены основные положения, касающиеся малого предпринимательства?**

- а) Гражданский кодекс РФ;
- б) Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ»;
- в) Закон «О малом предпринимательстве РФ».

**20. Стоит ли перед малыми предприятиями задача создания среднего по уровню благосостоянию слоя населения?**

- а) да;
- б) нет.

## **Вопросы к рейтинг-контролю №2**

**1. В современных условиях материальная ответственность предпринимателя обеспечивается за счет:**

- а) ужесточения правового режима предпринимательской деятельности;
- б) увеличения числа фирм с неограниченной имущественной ответственностью собственников;
- в) сложившегося рынка капитала;
- г) верно все выше перечисленное.

**2. Если товар фирмы ниже качеством, чем товары основного конкурента, она вынуждена будет назначить:**

- а) аналогичную цене конкурента;
- б) более высокую цену, чтобы позиционировать свой товар относительно товаров конкурентов;
- в) более низкую цену, чтобы обеспечить себе рост сбыта товаров;
- г) верно а) и в).

**3. Позиционирование товара - это:**

- а) обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка комплекса маркетинга;
- б) процесс разбивки потребителей на основе их потребностей и особенностей покупательского поведения;
- в) оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со своими товарами;
- г) деятельность фирмы по увеличению сбыта за счет создания у товаров новых или усовершенствованных потребительских качеств.

**4. К целям продвижения товара относят:**

- а) обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.;
- б) информирование покупателя о назначении, качестве, цене и месте где можно приобрести товар;
- в) установление обратной связи с рынком и потребителем;
- г) верно все выше перечисленное.

**5. Продвижение товара - это:**

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

**6. Какова предельная численность работающих на малом предприятии сферы оптовой торговли?**

- а) 100 человек;
- б) 30 человек;
- в) 50 человек

**7. Является ли приоритетным направлением государства развитие малого предпринимательства?**

- а) да;
- б) нет.

**8. В каком нормативном документе РФ закреплены основные положения, касающиеся малого предпринимательства?**

- а) Гражданский кодекс РФ;
- б) Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ»;
- в) Закон «О малом предпринимательстве РФ».

**9. Основные преимущества малого предпринимательства. Возможно несколько вариантов ответа**

- а) близость к местным рынкам;
- б) малые расходы на заработную плату;
- в) упрощение бухгалтерского учета;
- г) производство малыми партиями;
- д) исключение лишних звеньев управления.

**10. Стоит ли перед малыми предприятиями задача создания среднего по уровню благосостоянию слоя населения?**

- а) да;
- б) нет.

**11. Какова максимальная предельная численность работающих на малом предприятии в РФ?**

- а) 500 человек;
- б) 100 человек;
- в) 50 человек.

**12. По какой форме ведется налогообложение малого предприятия?**

- а) по любой выбранной предприятием форме;
- б) по форме всех остальных предприятий;
- в) по упрощенной системе налогообложения.

**13. Выберите наиболее полное определение коммерческой сделки:**

- а) соглашение между двумя сторонами, осуществляемое в безналичном виде в соответствии с принятыми условиями;
- б) контракт между несколькими сторонами на поставку товаров без привлечения денежных средств в наличном или безналичном виде;

- в) соглашение между двумя или несколькими сторонами на поставку товаров, выполнение работ или услуг в соответствии с принятыми условиями;
- г) между двумя сторонами об изготовлении продукции.

**14. Контроль за полнотой и устойчивостью ассортимента осуществляется следующими методами:**

- а) анализ динамики продажи и товарных запасов;
- б) метод выборочных обследований;
- в) использование данных учета неудовлетворенного спроса;
- г) всеми названными ранее способами.

**15. Товароборачиваемость товаров - это:**

- а) время и скорость обращения товаров;
- б) количество дней, на которые хватит данного товарного запаса при сложившемся товарном обороте;
- в) уровень товарных запасов;
- г) однодневный оборот.

**16. При построении торгового ассортимента должна быть обеспечена широта, глубина, полнота и устойчивость ассортимента - это:**

- а) этапы построения ассортимента;
- б) факторы, влияющие на формирование ассортимента,
- в) принципы построения ассортимента;
- г) функциональные обязанности коммерческого работника.

**17. Прогнозирование спроса - это:**

- а) анкетирование;
- б) интервьюирование;
- в) научное предвидение;
- г) наблюдение.

**18. Спрос населения на товары - это:**

- а) форма проявления потребностей, которая обеспечена покупательской способностью, т.е. деньгами;
- б) потребность в одежде, продуктах питания;
- в) потребность в образовании, зрелищах;
- г) научно-обоснованные нормы (нормативы) потребления.

**19. При построении торгового ассортимента должна быть обеспечена широта, глубина, полнота и устойчивость ассортимента - это:**

- а) факторы, влияющие на формирование ассортимента,
- б) этапы построения ассортимента;
- в) принципы построения ассортимента;
- г) функциональные обязанности коммерческого работника.

**20. Для определения удовлетворенного спроса используют:**

- а) конъюнктурные совещания;
- б) результаты ярмарок;
- в) опросы покупателей;
- г) учет продажи товаров.

### Вопросы к рейтинг-контролю №3

**1. К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:**

- а) риск потери контроля над фирмой;
- б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму;
- в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу;
- г) верно а) и б).

**2. Нераспределенная прибыль находится по формуле:**

- а) чистая прибыль - дивиденды и резервы;
- б) валовая прибыль - дивиденды и резервы;
- в) валовая прибыль - процент за кредит;
- г) налогооблагаемая прибыль - налоги.

**3. Неосязаемые активы - это:**

- а) наличность и другие активы, которые могут быть обращены в наличность в течение года;
- б) активы, предназначенные для долгосрочного использования;
- в) активы, не имеющие материальной формы, но обладающие стоимостью, так как они дают их владельцам определенные права;
- г) стоимостной эквивалент репутации компании.

**4. К долгосрочным обязательствам фирмы относится все за исключением:**

- а) акционерный капитал;
- б) соглашения о залоге имущества
- в) долгосрочные банковские кредиты;
- г) соглашения об аренде.

**5. Собственный капитал фирмы в балансовом отчете включает в себя все за исключением:**

- а) стоимость выпущенных в обращение обыкновенных акций;
- б) нераспределенная прибыль;
- в) стоимость выпущенных в обращение облигаций;
- г) доли в предприятии каждого из партнеров.

**6. Стратегия выживаемости фирмы наиболее эффективна в условиях:**

- а) высокой конкуренции и большого числа фирм конкурентов;
- б) резко меняются потребности потребителей;
- в) сильного рынка;
- г) верно а) и б).

**7. Главная цель бизнес-плана – это:**

- а) выпуск запланированного объема продукции;
- б) расширение предпринимательской деятельности;
- в) получение прибыли

**8. Центральным разделом плана развития предприятия является:**

- а) план развития науки и техники;
- б) производственная программа;
- в) финансовый план;
- г) план повышения экономической эффективности производства.

**9. Основной раздел бизнес-плана:**

- а) цели и задачи предпринимательской сделки, эффективность сделки;
- б) план (программа) действий и организационные меры;

в) обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана.

**10. Текущее планирование охватывает:**

- а) планирование сбыта;
- б) планирование производства;
- в) планирование НИОКР;
- г) планирование персонала;
- д) планирование стратегии развития предприятия.
- е) планирование финансов.

**11. Что из перечисленного не относится к стимулам к началу собственного дела?**

- а) Стремление к личной независимости;
- б) Желание раскрыть свои способности;
- в) Возможности выполнять любимую работу в удобное для себя время;
- г) Накопленные личные сбережения;
- д) Продолжение семейных традиций.

**12. К функциям финансовой отчетности относится:**

- а) консалтинг;
- б) аудит;
- в) финансовое планирование для частных лиц;
- г) все выше перечисленное.

**13. В системе финансового учета отчет о движении наличности показывает:**

- а) насколько прибыльно работает предприятие;
- б) является ли предприятие устойчивым;
- в) какова учетная стоимость предприятия;
- г) способность предприятия осуществлять свои текущие платежи

**14. В случае если у фирмы в структуре издержек преобладают постоянные издержки, то:**

- а) такая фирма называется «чувствительной к ценам» и цену следует продуманно снижать, чтобы увеличить общую выручку;
- б) такая фирма называется «чувствительной к обороту» и цену следует продуманно снижать, чтобы увеличить общую выручку;
- в) такая фирма называется «чувствительной к ценам» и цену следует продуманно увеличивать, чтобы увеличить общую выручку;
- г) такая фирма называется «чувствительной к обороту» и цену следует продуманно увеличивать, чтобы увеличить общую выручку.

**15. Основными целями политики привлечения фирмой финансовых ресурсов являются:**

- а) снижение стоимости капитала компании;
- б) рост рентабельности капитала;
- в) снижение риска неплатежеспособности фирмы;
- г) верно все выше перечисленное.

**16. К внутренним источникам финансирования фирмы относится:**

- а) амортизационные отчисления;
- б) нераспределенная прибыль;
- в) реализация активов;
- г) верно выше перечисленное.

**17. Стоимость капитала компании - это:**

- а) величина процентной ставки, которую фирма выплачивает за полученные кредиты у внешних заемщиков;
- б) величина средней процентной которую фирма выплачивает при данном сочетании акционерного и заемного капитала.
- в) стоимость всех активов фирмы;
- г) стоимость всех ликвидных активов фирмы;

**18. Стоимость заемного капитала при прочих равных условиях всегда:**

- а) выше акционерного капитала;
- б) ниже акционерного капитала;
- в) равна акционерному капиталу;
- г) никак не связана со стоимостью акционерного капитала.

**19. Вновь создаваемое высоко рискованное предприятие следует финансировать за счет:**

- а) внутренних средств;
- б) банковского кредита;
- в) эмиссии акций;
- г) эмиссии облигаций.

**20. К финансовым активам относят:**

- а) ценные бумаги: акции, облигации;
- б) валюту;
- в) банковские депозиты;
- г) верно все выше перечисленное.

*Варианты практических задач*

**Задача 1**

Учредители общества с ограниченной ответственностью А, Б и В образовали уставный капитал, внося следующие паи: учредитель А внес 20, 0 тыс. руб. обыкновенного паевого взноса, учредитель Б – 30,0 тыс. руб. обыкновенного паевого взноса и учредитель В – 50,0 тыс. руб., в том числе интеллектуальной собственностью в виде ноу-хау 20,0 тыс. руб. Как распределялась прибыль в сумме 300,0 тыс. руб. между учредителями ООО?

**Задача 2.**

Имеются следующие данные по предприятию:

Уставной капитал (обыкновенные акции номиналом 10 тыс. руб.)

	1800000 тыс. руб.
Чистая прибыль	630000 тыс. руб.
Сумма выплаченных дивидендов	300000 тыс. руб.
Эмиссионная премия	200000 тыс. руб.
Накопленная прибыль	720000 тыс. руб.
Стоимость покупки одной акции	11000 тыс. руб.
Стоимость продажи одной акции	16000 тыс. руб.

Найти коэффициент рыночной активности предприятия: прибыльность одной акции, соотношение цены и прибыли на одну акцию, норма дивиденда на одну акцию, доходность акции с учетом курсовой стоимости акции, балансовая стоимость акции, доля выплаченных дивидендов.

### **Задача 3.**

Эластичность спроса от цен на услуги малого предприятия равна 1,75. Определить последствия снижения цены на 500 руб., если до этого снижения объем реализации составлял 10000 ед. по цене 1,5 тыс. руб. за шт., а общие затраты были равны 100 млн. руб. (в т.ч. постоянно-го 20 млн. руб.) на весь объем услуг. Выгодно ли предприятию снижение цены на 500 руб. за ед. если бы уровень постоянных издержек составлял 50% от общих расходов.

### **Задача 4.**

Метод рентабельности инвестиций.

Компания устанавливает цену на новую услугу. Прогнозируемый годовой объем предоставления услуг 40000 ед., предполагаемые переменные затраты на ед. изделия 300 руб. Общая сумма постоянных затрат 800000 руб. Проект потребует дополнительного финансирования (кредит в сумме 1000000 под 20% годовых). Рассчитать цену.

### **Задача 5.**

Предприятие для финансирования деятельности использует капитал, который имеет следующую структуру:

<b>Элементы капитала</b>	<b>Величина капитала, тыс. руб.</b>
Уставной капитал	200
Добавочный капитал	300
Заемный капитал	500

Величина прибыли по результатам деятельности за год составила 300 тыс. руб. ставка налога на прибыль составляет 30%. Определить доходность капитала.

### **Вопросы к зачету по дисциплине «Основы малого бизнеса в торговле»**

1. Каковы организационно-правовые формы деятельности хозяйствующих субъектов малого предпринимательства?
2. Какие виды предпринимательской деятельности осуществляются субъектами малого предпринимательства и их особенности?
3. В чем заключается Государственное регулирование, и поддержка деятельности организации малого бизнеса в условиях рыночной экономики?
4. Каков потенциал организации малого бизнеса: понятие и состав?
5. Каковы показатели эффективности использования ресурсов малого предприятия, и их характеристика?
6. Как формируются основные фонды организации малого бизнеса?
7. Каков механизм управления основными и оборотными средствами?
8. Определение потребности малого предприятия в оборотном капитале?
9. Трудовые ресурсы малого предприятия?
10. Чем характерна внешняя и внутренняя среды функционирования хозяйствующих структур в РФ?
11. Основные факторы внешней и внутренней среды и их влияние на условия и результаты деятельности малого предприятия (микропредприятия)?
12. Критерии и система показателей оценки устойчивого (стабильного) и эффективного развития экономики организации малого бизнеса?
13. Каковы инструменты воздействия на хозяйственно-финансовую деятельность малого предприятия (микропредприятия)?



14. Каковы объемные и качественные показатели деятельности субъекта малого предпринимательства?
15. Какова сущность и значение экономической диагностики показателей малого предприятия?
16. Как осуществляется планирование обеспечения устойчивого и эффективного развития организации малого и среднего бизнеса?
17. Сущность и значение прогнозирования для повышения конкурентоспособности малого предприятия (микропредприятия)?
18. Каковы основные стадии планирования хозяйственнофинансовой деятельности малого предприятия?
19. Какова роль и место бизнес-планирования для разработки стратегии развития организации малого бизнеса?
20. Что является доходом торговой организации и организации промышленности?
21. Как формируются финансовые результаты субъектов малого предпринимательства?
22. Как осуществляется прогнозирование и планирование доходов и финансовых результатов малым предприятием (микропредприятием)?
23. Какова сущность и значение цены в рыночной экономике?
24. Система и виды цен в Российской Федерации?
25. Надбавки и скидки к ценам?
26. Каково Государственное регулирование цен?
27. Особенности ценообразования в организации малого бизнеса?
28. Ценовая политика и ценовая стратегия малого предприятия (микропредприятия)?
29. Каковы этапы организации предприятия малого бизнеса?
30. Необходимость Бизнес – планирования?
31. Основные этапы составления бизнес–плана?
32. Методы оценки эффективности хозяйственно-финансовой деятельности и конкурентоспособности малого предприятия.
33. Каковы основные этапы организации малого и среднего бизнеса?
34. Какова необходимость финансового планирования деятельности субъектов малого предпринимательства и возможности финансирования деятельности на стадии организации?

#### *Примерные темы для написания рефератов*

1. Понятие малого предпринимательства;
2. Развитие малого предпринимательства в России и зарубежом;
3. Понятие физического и юридического лица;
4. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности;
5. Предпринимательская среда;
6. Правовые основы функционирования малого предпринимательства;
7. Государственная политика поддержки малого предпринимательства;
8. Формы и виды малого предпринимательства;
9. Организационно-правовые формы организаций малого бизнеса;
10. Предпринимательский риск. Виды рисков. Причины возникновения. Количественное измерение риска;
11. Учет рисков в плане финансирования предпринимательских проектов;

12. Порядок создания малого предприятия. Юридические основы учреждения организаций малого бизнеса. Учредительные документы;
13. Государственная регистрация малых предприятий;
14. Капитал организации;
15. Классификация предпринимательской деятельности;
16. Производственное предпринимательство;
17. Коммерческое предпринимательство;
18. Предпринимательство в финансовой сфере;
19. Консультативное предпринимательство;
20. Налогообложение субъектов малого бизнеса. Особенности выбора системы налогообложения и постановки на налоговый учет;
21. Характеристика основных налогов, уплачиваемых малыми предприятиями;
22. Специальные режимы налогообложения;
23. Защита прав предпринимателей;
24. Ответственность предпринимателей перед законом, перед потребителями;
25. Инвестиционная деятельность малого предприятия. Источники финансирования инвестиций;
26. Анализ безубыточности продукции, работ, услуг, бизнеса;
27. Организация учета на предприятиях малого бизнеса;
28. Ценообразование по предприятиях малого бизнеса. Порядок формирования цен
29. Себестоимость. Издержки. Затраты.
30. Бизнес-планирования на малых предприятиях

#### *Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение*

1. Экономические, социальные и правовые условия, необходимые для формирования малого бизнеса в сфере торговли.
2. Обоснование выбора организационно-правовой формы предприятия малого бизнеса в сфере торговли
3. Организационные основы и порядок создания малого предприятия в сфере торговли
4. Франчайзинг как форма организации предприятия малого бизнеса в сфере торговли.
5. Интеграционные процессы в сфере товарного обращения.
6. Ресурсное обеспечение товарооборота торговых предприятий малого бизнеса.
7. Производственные ресурсы предприятия малого бизнеса в сфере торговли.
8. Организация и нормирование, и оплата труда на торговых предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
9. Организация торгово-технологического процесса на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
10. Организация транспортного обслуживания на торговых предприятиях малого бизнеса
11. Организация информационного обеспечения процессов управления на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
12. Формирование и использование финансовых ресурсов предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
13. Организация учета и отчетности на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
14. Инновационная и инвестиционная деятельность на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.

15. Бизнес-планирование на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
16. Организация кадровой работы на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
17. Аутсорсинг и его применение на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
18. Анализ основных технико-экономических показателей деятельности предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
19. Планирование деятельности предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
20. Управление конфликтами предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
21. Особенности кредитования предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
22. Ценовая политика предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
23. Управление качеством продукции на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
24. Формирование ассортиментной политики предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
25. Государственная поддержка предприятий малого бизнеса в сфере торговли.
26. Региональные программы поддержки предприятий малого бизнеса.
27. Налогообложение на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли.
28. Налоговое планирование на предприятиях малого бизнеса в сфере торговли

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **а) основная литература:**

1. Основы бизнеса . Учебник / Арустамов Э.А. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2015. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010316.html> 1
2. Сероштанов, Л.Л. Менеджмент в условиях малого бизнеса / Л.Л. Сероштанов. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 125 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140584](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140584)
3. Назарова, Д.А. Направления и формы государственной поддержки малого предпринимательства в России / Д.А. Назарова. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 107 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141425](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141425)

### **б) дополнительная литература:**

1. Широков, Б.М. Малый бизнес: финансовая среда предпринимательства : учебно-методическое пособие / Б.М. Широков. - М. : Финансы и статистика, 2011. - 496 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226380](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226380)
2. Мамедова, Н.А. Малый бизнес в рыночной среде : учебное пособие / Н.А. Мамедова, Е.А. Девяткин. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 151 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91068](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91068)
3. Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности: Учебник / Д. И. Валигурский. - 5-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2014. - 520 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023507.html>

### **в) периодические издания**

1. «Коммерсант»
2. «Спрос»
3. «Современная торговля»
4. «Российская торговля»
5. «Маркетинг в России и за рубежом»
6. «Коммерческий вестник»

### **г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. govweb.ru

2. [www.retail.ru/](http://www.retail.ru/)
3. [www.liveretail.ru](http://www.liveretail.ru)
4. [www.rg.ru](http://www.rg.ru)
5. [www.torgovyi.ru](http://www.torgovyi.ru)

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Учебный процесс по дисциплине обеспечен всеми необходимыми материально-техническими ресурсами:

1. Лекционная аудитория, оснащенная мультимедиа-проектором
2. Аудитории для проведения практических занятий, отражающих научную и прикладную проблематику данного курса.
3. Полный комплект демонстрационных материалов, включая слайд-лекции, видеотренинги.
4. Библиотека ВлГУ.

**Примечание:** В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению

Рабочую программу составил Краснова М.В.

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

руководитель отдела персонала Истратова О.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства

Протокол № 6 а от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06 «Терапевтическое дело»

Протокол № 2 от 14.12.15

Председатель комиссии Полоцкая О.П.