

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

«*11.09*» _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

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 промежуточной аттестации (экс./зачет/зачет с оценкой)
2	2 / 72	18	18	-	36	зачёт
Итого	2 / 72	18	18	-	36	зачёт

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – формирование первичных представлений об организации торговой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в организации торговых процессов, происходящих на предприятиях оптовой и розничной торговли.

Задачи:

- дать теоретические знания о подходах к организации деятельности предприятий оптовой и розничной торговли;
- освоить формы и методы продажи товаров и торгового обслуживания в предприятиях оптовой и розничной торговли;
- выработать навыки принятия управленческих решений, возникающих стандартных и нестандартных ситуаций в процессе организации торговых процессов и обслуживании покупателей (клиентов).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в специальность» является дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Пререквизиты дисциплины: «Правовые основы профессиональной деятельности», «Деловые коммуникации и культура речи».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>(ОК-1) способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности</i>	Частичное освоение компетенции	<i>Знать:</i> – основы философских знаний, главные этапы и закономерности исторического развития предпринимательства для осознания социальной значимости своей деятельности. <i>Уметь:</i> – применять основы философских знаний, анализировать закономерности исторического развития предпринимательства и торгового дела. <i>Владеть:</i> – навыками использования философских знаний; – умениями анализировать главные этапы и закономерности исторического развития предпринимательства.

<p><i>(ОК-9) владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выборе путей её достижения</i></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы торговой деятельности, ее составляющие элементы; – цели, задачи, принципы и особенности управления коммерческими процессами. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – обобщать информацию, необходимую для планирования и организации торговой деятельности на предприятии; – формулировать цели для осуществления коммерческих и торговых процессов; – обосновывать выбор различных вариантов организации торговых процессов. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – культурой мышления при организации коммерческих и торговых процессов; – навыками обобщения информации для обеспечения торговой деятельности предприятия.
<p><i>(ПК-8) готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</i></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия, цели, задачи, принципы, организации торговой деятельности на предприятии; – подходы к обеспечению качества торгового обслуживания. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – организовывать процесс обслуживания; – принимать решения по обеспечению и поддержке качества торгового обслуживания. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания на предприятии; – методами формирования системы торгового обслуживания.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов

№ п/п	Раздел 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, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	История торгового предпринимательства в России	2	1-2	2	2		4	2/50%	
2	Торговля в системе народного хозяйства	2	3-4	2	2		4	2/50%	
3	Государственное регулирование сферы обращения	2	5-6	2	2		4	2/50%	Рейтинг-контроль №1
4	Методологические основы организации торговой деятельности	2	7-8	2	2		4	2/50%	
5	Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров	2	9-10	2	2		4	2/50%	
6	Организация коммерческой работы по розничной закупке и продаже товаров	2	11-12	2	2		4	2/50%	Рейтинг-контроль №2
7	Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях	2	13-14	2	2		4	2/50%	
8	Информационное обеспечение торговой деятельности	2	15-16	2	2		4	2/50%	
9	Этика и психология торговой деятельности	2	17-18	2	2		4	2/50%	Рейтинг-контроль №3
Итого за семестр:				18	18		36	18/50%	зачёт
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	-
Всего по УП				18	18		36	18/50%	зачёт

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. История торгового предпринимательства в России

Развитие торговли, торговых отношений. Торговля и основные религии мира. История торгового предпринимательства на Руси. Петровский период становления предпринимательства в России. Государственное регулирование товарного обращения в послеоктябрьский период в России. Государственная торговля и потребительская кооперация.

Формирование основных пропорций и принципиальных организационных схем управления торговлей. Современное состояние торговли, тенденции и перспективы развития.

Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства

Торговля как отрасль национальной экономики: сфера обращения, рынок, спрос, предложение, конъюнктура рынка, структура рынка, субъекты рынка, инфраструктура рынка. Торговля: виды и функции. Роль и место торгового предпринимательства в экономике России. Потребности - исходная предпосылка функционирования потребительского рынка. Торговое предприятие как организатор и пользователь рыночных исследований.

Тема 3. Государственное регулирование сферы обращения

Направления государственного регулирования экономики. Методы государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи ФАС России. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка.

Тема 4. Методологические основы организации торговой деятельности

Понятие и сущность коммерческой работы. Коммерция как вид торгового предпринимательства. Коммерческая система в сфере товарного обращения. Компоненты модели товарного рынка: потребность, спрос, предложение, продукт, цена, сделка, обмен. Методология организации коммерческой деятельности. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. Стратегия и функции коммерческой деятельности организации. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.

Тема 5. Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров

Значение закупок товаров в хозяйственной деятельности оптовых предприятий. Содержание работ по оптовой закупке товаров в условиях рынка. Основные принципы проведения закупочной деятельности. Этапы выполнения оптовых закупок товаров. Определение потребностей в товарах для закупок. Изучение и прогнозирование спроса на товар. Определение источников закупок товаров для оптового торгового предприятия. Отбор источников закупок. Критерия выбора товаров и поставщиков. Переговоры по поводу условий закупок товаров. Размещение заказов. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу потребления. Контроль за выполнением договорных обязательств поставщиками.

Составляющие плана оптовой продажи, цели и задачи, стратегия и тактика сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению. Виды оптового оборота и условия их применения. Организация и методы оптовой продажи товаров при складском обороте. Оптовая продажа товаров с личной отборкой, по письменным, телефонным, телетайпным заказам, заказом по Интернету (методом электронной коммерции), через коммивояжеров, автосклады, посредством почтово-посылочных операций. Организация оптовой продажи товаров через интернет. Электронные платежи по коммерческим сделкам. Правовое регулирование электронной торговли. Оперативный учет и контроль продажи товаров с использованием компьютерной техники.

Тема 6. Организация коммерческой работы по розничной закупке и продаже товаров

Сущность и содержание коммерческих связей розничных торговых фирм на потребительском рынке по оптовой закупке товаров. Источники поступления и закупок товаров для предприятий розничной торговли, их изучение. Принципы организации закупочной деятельности розничной торговой фирмы. Этапы процесса закупок товаров: планирование объема поставок товаров; поиск источников поставок; торговые сделки и товарно-денежный обмен. Эффективность хозяйственных связей розничных торговых

Значение и функции розничной продажи товаров. Факторы, обуславливающие розничную куплю-продажу товаров. Формы розничной продажи товаров и их характеристика. Магази́нная форма продажи товаров. Внемагазинная продажа. Сетевая система розничной

продажи товаров ее сущность, значение, перспективы развития. Мелкорозничная продажа товаров ее сущность, значение, перспективы их развития. Торговые автоматы. Розничные рынки, их виды, значение, перспективы развития. Дистанционная продажи товаров, сущность, значение, виды и перспективы развития. Личная продажа, сущность, значение, особенности, технология продажи.

Тема 7. Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях

Сущность технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой торговли. Технология разгрузки транспортных средств и внутрискладского перемещения грузов. Технология приемки товаров на складе. Технология процесса складирования грузов на складе. Технология процессов комплектования партий товаров и отправки их потребителям.

Сущность и составляющие торгово-технологического процесса в магазинах. Задачи и функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Документальное оформление приемки товаров в предприятиях розничной торговли, ведение учета движения потребительских товаров. Методы розничной продажи товаров их характеристика, эффективность. Услуги, оказываемые покупателям в предприятиях розничной торговли. Классификация услуг. Розничные коммуникации и продвижение товаров.

Тема 8. Информационное обеспечение торговой деятельности

Значение и содержание информационного обеспечения торговой деятельности.

Информация о товарах, покупателях, конъюнктуре рынка, конкурентной среде и потенциальных возможностях торгового предприятия, используемая в коммерческой деятельности.

Технология распространения коммерческой информации. Значение применения передовых технологий и электронной коммерции для развития бизнеса в России.

Коммерческая тайна и её содержание. Обеспечение коммерческой тайны.

Тема 9. Этика и психология торговой деятельности

Понятие о профессиональной психологии, этики и этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя -коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе.

Коммерческий риски способы его уменьшения.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. История торгового предпринимательства в России

Современное состояние торговли, тенденции и перспективы развития.

Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства

Торговое предприятие как организатор и пользователь рыночных исследований.

Тема 3. Государственное регулирование сферы обращения

Защита прав потребителей: правовое обеспечение.

Тема 4. Методологические основы организации торговой деятельности

Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.

Тема 5. Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров

Содержание работ по оптовой закупке товаров в условиях рынка

Тема 6. Организация коммерческой работы по розничной закупке и продаже товаров

Формы розничной продажи товаров и их характеристика.

Тема 7. Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях

Сущность и составляющие торгово-технологического процесса в магазинах.

Тема 8. Информационное обеспечение торговой деятельности

Обеспечение защиты коммерческой тайны.

Тема 9. Этика и психология торговой деятельности
Коммерческий риски способы его уменьшения.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Введение в специальность» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (темы № 1-9);*
- *Анализ ситуаций (темы № 1-9);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема №1,2,7,8,9)*

Для оценивания результатов обучения студентов (знания) используются следующие процедуры и технологии:

- *тестирование;*
- *индивидуальное собеседование,*
- *письменные ответы на вопросы.*

Для оценивания результатов обучения студентов (уметь, владеть) используются следующие процедуры и технологии:

- *практические контрольные задания, включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.*
- *задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;*
- *установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),*
- *нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий).*

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

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Тест к рейтинг-контролю № 1

1. Определение товарного рынка:

- а) взаимодействие продавца и покупателя;
- б) сложное передаточное устройство;
- в) совокупность существующих и потенциальных покупателей товара;
- г) взаимодействие продавцов и покупателей;

2. Рынок предметов потребления:

- а) продовольственных товаров;
- б) непродовольственных товаров;
- в) продовольственных и непродовольственных товаров;
- г) рынок товаров, предназначенных для личного пользования;

3. Рынок средств производства:

- а) товары, применяемые для производственных целей;
- б) совокупность средств и предметов труда;

в) рынки сырья, полуфабрикатов и др.

г) товары, сырье;

4. Роль товарного рынка в народном хозяйстве:

а) рациональное сосредоточение и концентрация товарных ресурсов;

б) качество и конкурентоспособность товаров, влияющих на спрос и предложение;

в) приспособление структуры производимых товаров и их объема через цену;

г) оздоровление рыночной среды путем освобождения от убыточных предприятий;

д) все ответы верны;

5. Признаки рынка товаров:

а) потенциал;

б) привлекательность;

в) доступность;

г) стабильность;

д) все ответы верны;

6. Привлекательность рынка:

а) постоянно нарастающий поток обновленных и новых товаров;

б) новые товары с более высокими потребительскими свойствами;

в) постоянное повышение конкурентоспособности товаров и рост престижа рынка;

г) постоянно нарастающий поток обновленных товаров;

7. Доступность рынка:

а) благоприятная рыночная среда;

б) стимулирование поддержки объективных потребностей и покупательной способности;

в) удобное расположение рынка;

г) создание благоприятной рыночной среды и др.

8. Потенциал рынка:

а) величина спроса;

б) темпы роста;

в) предельный уровень спроса;

г) величина спроса, темпы роста, предельный уровень спроса;

9. Стабильность рынка:

а) степень обновления торговой номенклатуры;

б) удовлетворенность спроса на товары;

в) соотношение цены товара и эффекта полезности от его использования;

г) структура предложения товара, количественное выражение;;

д) все ответы верны

10. Модель товарного рынка:

а) потребность, спрос, предложение, продукт, цена, сделка, обмен;

б) продукт, цена, сделка;

в) спрос, предложение, цена, сделка;

г) предложение, обмен, цена;

11. Потребность:

а) необходимость в товаре;

б) потребность в товаре, определяемая экономическим уровнем людей;

в) потребность в товаре, определяемая экономическим и социальным уровнем людей;

г) потребность в товаре, определяемая культурными и др. факторами;

д) все ответы верны;

12. Спрос:

а) желание покупателей приобрести данный товар;

б) намерение покупателей приобрести данный товар;

в) желание, намерение покупателей приобрести данный товар;

г) желание и намерение покупателей приобрести данный товар;

13. Предложение:

- а) сосредоточенная масса товаров;
- б) масса товаров, поступающих на рынок;
- в) сосредоточенная масса товаров, поступающих на рынок в целях продажи;
- г) товар, поступающий на рынок;

14. Продукт:

- а) товар удовлетворяющий нужды покупателей;
- б) товар, обладающий определенными свойствами;
- в) товар, обладающий определенными свойствами, удовлетворяющие конкретные нужды;
- г) товар, удовлетворяющий конкретные нужды покупателей;

15. Цена:

- а) стоимость произведенного товара;
- б) затраты на продвижение товара к покупателю;
- в) стоимость произведенного товара и затраты на его продвижение к покупателю;
- г) колеблется от соотношения спроса и предложения;

Тест к рейтинг-контролю № 2

1. В каких целях используется информация о внешней и внутренней среде торгового предприятия?

- а) активно воздействовать на коммерческий процесс;
- б) характеризовать коммерческий процесс;
- в) создавать новые условия для коммерческой деятельности;
- г) доведение продукции до потребителя и удовлетворение их потребностей

2. Условия, способствующие формированию коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке потребительских услуг:

- а) необходимо существование предприятий и служб, опосредующих коммерческие сделки;
- б) инфраструктура рынка опосредующих коммерческие сделки;
- в) банки, товарные и фондовые биржи, ярмарки, выставки, аукционы и др.;
- г) страховые, консалтинговые и аудиторские компании таможенные службы, контролирующие органы;

3. Миссия коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка:

- а) формирование коммерческой политики, комплексный подход к коммерческой работе;
- б) управление куплей-продажей товаров на коммерческой основе;
- в) учет издержек, связанных с коммерческой деятельностью;
- г) развитие рынков товаров, адаптация коммерции к изменениям окружающей среды;;
- д) все ответы верны

4. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующегося рынка:

- а) увеличение доли рынка и минимизация издержек обращения товаров и др.
- б) изучение и анализ источников закупки товаров;
- в) согласование связи производства с потреблением товаров;
- г) осуществление купли-продажи товаров с учетом рыночной среды;
- д) расширение существующих и перспективное развитие целевых рынков;

5. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка:

- а) рост прибыли от продажи товаров;
- б) образование среднего класса населения;
- в) динамичность рынка;
- г) темпы торговли;

5. Признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующегося рынка:

- а) рост прибыли от продажи товаров;
- б) увеличение доли рынка, издержек;

- в) темпы торговли
- г) увеличение доли рынка;

6. Признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка:

- а) сочетание механизма деятельности торгового предприятия;
- б) товарный рынок - торговое предприятие-коммерция;
- в) коммерческая деятельность является открытой системой;
- г) товарный рынок – торговое предприятие;

7. Организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка:

- а) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе предпринимательской деятельности;
- б) учитывать всю совокупность факторов внешней среды;
- в) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе оптовой торговли;
- г) специализация структуры производства, стратегические задачи, развитие инфраструктуры, природные и трудовые ресурсы

8. Объективные предпосылки для качественного развития торговых предприятий в современных условиях:

- а) равноправие рыночных субъектов с разными формами собственности;
- б) ответственность хозяйствующих субъектов, отвечающих; по своим обязательствам, принадлежащим им имуществом и денежными активами;
- в) централизация управления (самоорганизация), т. е. право самостоятельного принятия коммерческих и хозяйственных решений;
- г) кадры, товары, технические средства, инвестиции, информация о рынке товаров и др.

9. Организационно-правовые формы собственности торговых предприятий:

- а) частная, государственная и др.;
- б) семейная;
- в) государственная;
- г) индивидуальная;

10. Индивидуальное торговое предприятие:

- а) использование наемного труда на таких предприятиях исключается;
- б) предоставляется право найма рабочей силы;
- в) основано на семейной собственности;
- г) хозяйствующий субъект, созданный за счет капитала;

11. Хозяйственные товарищества и общества:

- а) это коммерческие организации с, разделенным на доли учредителей, уставным капиталом ;
- б) разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом;
- в) формы подразделяются на партнерские и корпоративные предприятия;
- г) коммерческие организации подразделяются на партнерские и корпоративные;

12. Партнерские торговые предприятия:

- а) хозяйствующий субъект, каждый из партнеров является представителем предприятия ;
- б) хозяйствующий субъект с правами физического лица;
- в) добровольное объединение граждан;
- г) в хозяйствующий субъект, созданный в форме акционерного общества;

13. Роль розничной торговли в сфере обращения товаров:

- а) организация торгового обслуживания покупателей,
- б) служит активным проводником перемещения и накопления
- в) доведение продукции до населения
- г) служит активным проводником;

14. Роль оптовой торговли в сфере обращения товаров:

- а) служит активным проводником перемещения и накопления.
- б) доведение продукции до населения
- в) организация торгового обслуживания покупателей
- г) ответ Б и В;

15. Виды предприятий розничной торговой сети:

- а) магазины, магазины-склады и др.;
- б) магазины-склады
- в) павильоны и палатки
- г) магазины;

Тест к рейтинг-контролю № 3

1. Задачи планирования при управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) планирование закупок, товарных запасов;
- б) планирование закупок
- в) планирование продаж
- г) показатели в результате их выполнения

2. Сущность организации как функции управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) контроль действий исполнителей
- б) упорядочение действий исполнителей
- в) регламентирование действий исполнителей
- г) упорядочение, согласование, регламентирование;

3. Учет как функция управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) документальное оформление поступлений, приемки;
- б) документальное оформление товаров;
- в) документальное оформление реализации товаров;
- г) документальное оформление реализации товаров и их движения

4. Информация об изготовителе (продавце) должна содержать:

- а) фирменное наименование или наименование;
- б) место его нахождения (адрес);
- в) номер и срок действия лицензии
- г) все ответы верны

5. Типы организационной структуры торгового предприятия:

- а) линейная
- б) функциональная
- в) линейно-функциональная
- г) линейная, функциональная, линейно-функциональная и др.;

6. Роль квалификации и образовательного уровня торгового работника в коммерческой деятельности торгового предприятия:

- а) принятие обдуманных решений, нацелены на получение конкретных результатов, изобретательны, энергичны;
- б) наличие отработанного механизма внедрения нововведений
- в) ответственность за обеспеченность и стабильность продвижения и продажи товаров покупателям
- г) восприимчивы к нововведениям и готовы рисковать

7. Поощрительные меры за результаты работы торгового работника:

- а) выплаты социального характера
- б) премии, награды;

в) увеличение рабочих часов;

г) социальные выплаты

8. Факторы конкурентоспособности товара:

а) обновляемость, полезность, надежность;

б) полезность;

в) надежность;

г) обновляемость

9. Сущность понятия «конкурентоспособность торгового предприятия»:

а) устойчивые позиции предприятия на рынке;

б) устойчивое место предприятия на рынке;

в) качество товаров ;

г) цены на товары предприятия

10. Факторы конкурентоспособности торгового предприятия:

а) качество товаров предприятия, цены;

б) качество товаров предприятия;

в) цены на товары предприятия;

г) спрос на товары предприятия

11. По каким показателям определяют качество продовольственных товаров:

а) нормативные;

б) физические и химические;

в) функциональные;

г) нормативные, функциональные, химический состав и др.;

12. Методы формирования цены торговыми предприятиями в условиях рынка:

а) на основе издержек, торговой наценки, спроса покупателей

б) выступает как действенное средство конкурентной борьбы;

в) предопределяет объем производства и продаж товаров;

г) метод определения цены на основе рыночных цен

13. Сущность материально-технической базы торгового предприятия:

а) заключается в определении потребности предприятия в материалах и технических ресурсах;

б) заключается в организации хранения материалов и выдачи их в цехи;

в) заключается и содействия в их экономии;

г) заключается в проведение контроля использованием материально-технических ресурсов

14. Значение материально-технической базы торгового предприятия для коммерческой деятельности:

а) рационализация организации труда торгового персонала;

б) установление правильного соотношения между площадью;

в) организация работы оборудования;

г) организация работы оборудования, машин;

15. Понятие и роль управления деятельностью торгового предприятия в условиях рынка:

а) организационные методы основаны на организационно-распорядительном обеспечении;

б) обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия;

в) воздействие человека на объекты и процессы в целях придания деятельности предприятия коммерческой направленности;

г) деятельность торгового предприятия не протекает самостоятельно, она направляется людьми;

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме зачета.

Вопросы к зачёту

1. Понятие и виды торговли, перспективы ее развития
2. Сущность и содержание организации коммерческой деятельности.
3. Коммерческие предприятия в условиях рынка: сущность, принципы функционирования.
4. Организационно-правовые формы предприятий торговли.
5. Методология управления коммерческой деятельностью.
6. Сущность и значение коммерческой информации. Информация как предмет коммерческого распространения.
7. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.
8. Средства сбора, обработки, передачи и выдачи коммерческой информации.
9. Сущность и содержание коммерческой тайны. Обеспечение защиты коммерческой тайны.
10. Структура и составные части коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
11. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
12. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия в сфере закупок.
13. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовым предприятием.
14. Продажа товаров со склада оптового торгового предприятия: методы, организация и эффективность.
15. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение оптовым торговым предприятием.
16. Комплекс технологических операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе оптового предприятия.
17. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности розничных торговых предприятий в современных условиях.
18. Функции розничных торговых предприятий
19. Сетевая торговля: понятие, тенденции и перспективы развития.
20. Исследование и анализ рынка потребительских товаров как основа развития коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
21. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.
22. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.
23. Услуги розничной торговли и требования, предъявляемые к ним
24. Внемагазинные формы продажи товаров, их характеристика
25. Характеристика методов стимулирования продаж
26. Психология и этика торгового персонала при обслуживании покупателей.
27. Защита прав потребителей в Российской Федерации
28. Правила продажи отдельных видов товаров, их основное содержание и контроль над соблюдением
29. Правила особых видов торговли, их основное содержание и контроль над соблюдением
30. Направления и методы государственного контроля в торговле.

Самостоятельная работа предполагает:

1) Выполнение контрольной работы расчетного типа, которая выполняется по вариантам на основе методических указаний по выполнению контрольной работы.

2) Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение научно-практического материала по заданным вопросам.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
Основная литература*			
1. <i>Дашков, Л.П.</i> Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 456 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9; Текст - электронный// Дашков и К°	2018		http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495756
2. <i>Лифиц, И. М.</i> Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019		https://biblio-online.ru/bcode/426168
3. <i>Панкратов, Ф.Г.</i> Коммерческая деятельность : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с. : табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; Текст: электронный // Дашков и К°	2017		http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590
Дополнительная литература*			
1. <i>Арустамов, Э.А.</i> Основы бизнеса: учебник / Э.А. Арустамов. - 4-изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 230 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03169-4; Текст: электронный // Дашков и К°	2019		http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496187
2. <i>Голова, А.Г.</i> Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 279 с. : ил. -	2017		http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767

Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3; Текст - электронный// Дашков и К°			
3. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами : учебник / Ш.Ш. Магомедов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 176 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02529-7 ; Текст - электронный // Дашков и К°	2019		http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496208
Интернет-ресурсы			
1. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] : офиц. сайт – Электрон. дан. —[Москва], 1999-2019.			http://www.gks.ru/
2. Библиотека маркетолога 9проект компании Альт-Инвест			http://www.marketing.spb.ru
3. Современная торговля			http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html
Перечень программного обеспечения			
пакет MS-Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader			
Перечень информационных справочных систем			
СПС КонсультантПлюс (инсталированный ресурс ВлГУ Электронная библиотечная система Владимирского государственного университета (http://elibrari.ru))			http://library.vlsu.ru/

7.2. Периодические издания

1. Современная торговля
2. Складские технологии
3. Управление магазином
4. Складской комплекс

7.3. Интернет ресурсы

1. <http://libgost.ru/>
2. <http://bsnss.net/>
3. <http://smb.gov.ru/>
4. <http://www.znaytovar.ru/>
5. <http://www.moyo-delo.ru/>
6. <http://www.consultant.ru> — справочная правовая система «КонсультантПлюс»
7. <http://www.garant.ru> — информационно-правовой портал «Гарант»
8. <http://www.nta-rus.com> — Национальная торговая ассоциация
9. <http://www.rbc.ru> — РосБизнесКонсалтинг
10. <http://www.torg.spb.ru> — журнал «[Практика торговли].

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 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 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил ст. преподав. Узолова Н.Ю. 

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» Владимир 

Руководитель отдела персонала Истратова О.В. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства протокол № 14 от 6 июля 2019 г.

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

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

протокол № 3 от 4 июля 2019 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.2020 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Яресь О.Б. _____



Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____