

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)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

Ярьев О.Б.
2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
(наименование дисциплины)

направление подготовки / специальность

38.03.06. «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»
(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«КОММЕРЦИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»
(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Введение в специальность» является формирование у студентов 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 обслуживания покупателей (клиентов).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Введение в специальность» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, программы бакалавриата по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-8 Готов к обеспечению необходимого уровня качества торгового обслуживания	ПК 8.1 - Анализирует информацию, полученную на различных этапах торгового обслуживания по показателям качества	<i>Знать:</i> <ul style="list-style-type: none">– основные понятия, цели, задачи, принципы организации торговой деятельности на предприятии;– подходы к обеспечению качества торгового обслуживания. <i>Уметь:</i> <ul style="list-style-type: none">– организовывать процесс обслуживания;– принимать решения по обеспечению и поддержки качества торгового обслуживания. <i>Владеть:</i> <ul style="list-style-type: none">– навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания на предприятии;– методами формирования системы торгового обслуживания.	Тестовые вопросы, ситуационные задания

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	История торгового предпринимательства в России	2	1-2	2	2		2	4	
2	Торговля в системе народного хозяйства	2	3-4	2	2			4	
3	Государственное регулирование сферы обращения	2	5-6	2	2			4	Рейтинг контроль № 1
4	Методологические основы организации торговой деятельности	2	7-8	2	2			4	
5	Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров	2	9-10	2	2		2	4	
6	Организация коммерческой работы по розничной закупке и продаже товаров	2	11-12	2	2		2	4	Рейтинг контроль № 2
7	Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях	2	13-14	2	2		2	4	
8	Информационное обеспечение торговой деятельности	2	15-16	2	2			4	
9	Этика и психология торговой деятельности	2	17-18	2	2		2	4	Рейтинг контроль № 3
Всего за 2 семестр:				18	18		10	36	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	
Итого по дисциплине				18	18		10	36	Зачет

Тематический план
форма обучения – очно-заочная (3 г. 6 мес.)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	История торгового предпринимательства в России	1	1-2					6	
2	Торговля в системе народного хозяйства	1	3-4					6	
3	Государственное регулирование сферы обращения	1	5-6	2	2		2	8	Рейтинг контроль № 1
4	Методологические основы организации торговой деятельности	1	7-8					6	
5	Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров	1	9-10					6	
6	Организация коммерческой работы по розничной закупке и продаже товаров	1	11-12	2	2		2	8	Рейтинг контроль № 2
7	Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях	1	13-14					6	
8	Информационное обеспечение торговой деятельности	1	15-16					6	
9	Этика и психология торговой деятельности	1	17-18	2	2		2	8	Рейтинг контроль № 3
Всего за 1 семестр:				6	6		6	60	Зачет
Наличие в дисциплине КПКР									
Итого по дисциплине				6	6		6	60	Зачет

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 деятель-

ности 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. Магазинная 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

Форма занятия – устный опрос, доклады

Современное состояние торговли, тенденции и перспективы развития.

Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства

Форма занятия – устный опрос, доклады

Торговое предприятие как организатор и пользователь рыночных исследований.

Тема 3. Государственное регулирование сферы обращения

Форма занятия – устный опрос, выполнение практического задания.

Защита прав потребителей: правовое обеспечение.

Тема 4. Методологические основы организации торговой деятельности

Форма занятия – устный опрос, дискуссия, тестирование

Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.

Тема 5. Коммерческая работа по оптовой закупке и продаже товаров

Форма занятия – устный опрос, выполнение практического задания.

Содержание работ по оптовой закупке товаров в условиях рынка

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

Форма занятия – устный опрос, выполнение практического задания.

Формы розничной продажи товаров и их характеристика.

Тема 7. Торговые процессы в оптовых и розничных торговых предприятиях

Форма занятия – устный опрос, доклады. Выездное занятие в торговой организации.

Сущность и составляющие торгово-технологического процесса в магазинах.

Тема 8. Информационное обеспечение торговой деятельности

Форма занятия – устный опрос, доклады

Обеспечение защиты коммерческой тайны.

Тема 9. Этика и психология торговой деятельности

Форма занятия – устный опрос, рецензирование выступлений, кейс-стади.

Деловой этикет предпринимателя -коммерсанта.

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

5.1. Текущий контроль успеваемости

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 проведении 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;

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (зачёт).

Вопросы к зачёту по дисциплине

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.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы во-

просы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков:

- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите реферата, экзамене.

Примерная тематика рефератов

1. Сущность торговли. Основные направления развития розничной торговли (статистика, современные тенденции, перспективы).
2. Вендинговая торговля: сущность, состояние развития в России, примеры.
3. Новые тренды в автоматизации бизнеса в условиях российской специфики (например, замена кассиров терминалами самообслуживания: преимущества и возможности).
4. Экологическая составляющая в деятельности торгового предприятия (направления и примеры).
5. Инфотейнмент в розничной торговле. Специфика и примеры.
6. Реконцепция как направление для повышения конкурентоспособности и прибыльности торгового предприятия в условиях конкурентной среды.
7. Видеопромоушен - новый фактор конкуренции розничных форматов.
8. Защита магазина от профессионального воровства. Обзор охранных систем для розничного торгового предприятия.

9. DIGITAL - технологии (цифровые технологии) в розничном предприятии: виды, удобство и выгодность.
10. Клиентоориентированность - как направление в системе ведения бизнеса, направленное на удовлетворение потребностей и желаний клиентов.
11. «Технологическая планировка магазина», требования, предъявляемые к планировке магазина. Обзор современных технологических решений по планировке.
12. «Активная продажа» при обслуживании покупателей в торговом предприятии.
13. Лояльность покупателя. Понятие и система формирования программы лояльности в розничном торговом предприятии.
14. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности (понятие, виды и их характеристика).
15. Психологические методы повышения успешности работы предприятия (тренинг, корпоративная культура).

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ (дата обращения)
Основная литература		
1. Карашук О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для вузов / О. С. Карашук. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 141 с.	2021	https://urait.ru/bcode/476647
2. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 404 с.	2021	https://urait.ru/bcode/468978
3. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 392 с.	2021	https://urait.ru/bcode/468299
Дополнительная литература		
1. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: учебник / Э.А. Арустамов. – 4-изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 228 с.	2019	https://znanium.com/catalog/document?id=358223
2. Баженов Ю. К. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов; под. ред. Л. П. Дашкова. – Москва: Дашков и К, 2020. – 286 с.	2020	https://znanium.com/catalog/product/1232020
3. Кондраков Н. П. Основы малого и среднего предпринимательства: практическое пособие / Н. П. Кондраков, И. Н. Кондакова. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 446 с.	2019	https://znanium.com/catalog/product/1012429

6.2. Периодические издания

1. Современная торговля
2. Складские технологии

3. Управление магазином
4. Складской комплекс

6.3. Интернет ресурсы

1. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://edu.ru/>
2. Центр исследований Российской Ассоциации Маркетологов. – URL: <http://researchcenter.ru/>
3. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – URL: <http://ecsocman.edu.ru/>
4. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат). – URL: <http://www.gks.ru/>
5. Профессиональная база данных социально-экономических показателей «ВЦИОМ». – URL: <https://wciom.ru/news/ratings/>
6. Энциклопедия маркетинга. – URL: <https://www.marketing.spb.ru/>
7. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
8. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>
9. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: webofscience.com

7. 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 специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

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.

Рабочую программу составил Цзюлова Г.З., ст. пр. нагр КИУ
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя) Удоводителі отримано
ООО "Інтермобус" Катричова І.В.
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»

Протокол № 1 от 25.08.21 года

Заведующий кафедрой _____ О.Б.Яресь
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06. «Торговое дело»

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Председатель комиссии А. Краснова М.В.
(ФИО, должность, подпись)