

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

Яресь О.Б.

2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

(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
2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Экономика торговли» является формирование у студентов целостного системного представления о базовых принципах, закономерностях, экономическом механизме функционирования торговой отрасли и отдельного предприятия данной сферы, как самостоятельного хозяйствующего субъекта рыночной экономики.

Задачи:

- изучить особенности «торговли» как вида деятельности; роль торговой отрасли в рыночной экономике, основные этапы ее развития и факторы, влияющие на него;
- изучить закономерности и принципы функционирования хозяйственного механизма субъектов торговли;
- изучить различные виды торговой деятельности;
- дать основы теоретических знаний об экономике торгового предприятия, его организационно – правовых формах и законодательно-нормативных актах, регламентирующих его деятельность;
- изучить основные показатели, характеризующие современное состояние и направления развития торговой отрасли;
- получить прикладные знания в области экономики, анализа и планирования деятельности торгового предприятия в современных условиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Экономика торговли» относится к обязательной части учебного плана программы бакалавриата по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Экономика торговли», 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	
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торговой, экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1.1 Ориентируется в экономических процессах торгового предприятия, анализирует явления, происходящие на предприятии сферы торговли, выбирает систему налогообложения	Знает: - сущность и содержание бизнес-процессов торгового предприятия; - виды систем налогообложения, применяемые для предприятий сферы торговли, нормативно-правовую базу по выбору системы налогообложения. Умеет: - анализировать явления, происходящие на предприятии торговли, используя экономический инструментарий. Владеет: - методологией анализа экономических процессов на предприятии сферы торговли;	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Решение задач

		- навыками расчета налогов на предприятии торговли по разным системам налогообложения.	
	ОПК-1.2 Использует экономический инструментарий для оценки эффективности использования ресурсов предприятия торговли и обоснования решений в области управления организацией	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - показатели эффективности использования ресурсов предприятия сферы торговли; - экономический инструментарий для оценки эффективности использования ресурсов торгового предприятия. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать ресурсы торгового предприятия и динамику показателей, их характеризующих (товарооборот, товарные запасы, основные и оборотные средства, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы, издержки обращения, прибыль и др.); - рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов торгового предприятия и интерпретировать полученные результаты. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией оценки эффективности деятельности предприятия торговли; - навыками принятия управленческих решений на предприятии торговли на основе проведенного анализа. 	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Решение задач
ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу торговых экономических процессов	ОПК-3.1 Выявляет и оценивает современные тенденции и проблемы развития сферы товарного обращения на региональном, национальном и глобальном уровнях	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные тенденции и проблемы развития сферы товарного обращения на региональном, национальном и глобальном уровнях; - правовую базу, регламентирующую деятельность хозяйствующих субъектов в сфере торговли; - методы государственного регулирования деятельности торговых предприятий. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и оценивать современные тенденции и проблемы развития сферы торговли на региональном, национальном и глобальном уровнях; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с действующими федеральными законами и нормативными актами, регламентирующими товарное обращение 	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Доклады Решение задач

	ОПК-3.2 Анализирует и объясняет природу торгово-экономических процессов на предприятии	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристики предприятий торговли как субъектов рынка; - требования к организации торгово-экономических процессов на предприятии. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать бизнес-процессы торгового предприятия; - анализирует результаты торгово-экономических процессов на предприятии. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа торгово-экономических процессов и грамотного объяснения их природы. 	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Решение задач
	ОПК-3.3. Оценивает механизм и формы проявления экономических законов развития общества в сфере обращения в условиях ограниченности ресурсов и конкуренции за их использование	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру торговой отрасли; - принципы и методы государственного регулирования торговой отрасли; - актуальные меры поддержки торговой деятельности. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать методы неценовой конкуренции, соответствующие виду деятельности и целям торгового предприятия. 	
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Участвует в организации и развитии предпринимательской деятельности в торговле	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие торговли как вида деятельности; - факторы, определяющие состояние и развитие торговой отрасли; - виды торговой деятельности. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и предлагать способы решения проблем в торговой отрасли. 	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания
	ОПК-4.2 Организует работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы и методы организации работы с поставщиками и покупателями; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выбора каналов сбыта; - навыками оценки и выбора поставщиков и торговых посредников, заключения договоров поставок и контроля их исполнения. 	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания
	ОПК-4.3 Осуществляет планирование основных	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды планов; - методы планирования на предприятии торговли. 	Тестовые вопросы

	показателей деятельности торгового предприятия.	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none">- прогнозировать показатели деятельности торгового предприятия на перспективу.- анализировать показатели выполнения планов на торговом предприятии. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none">- методикой разработки плана на основе методических и методологических подходов планирования.	<p>Практико-ориентированные задания Решение задач</p>
--	---	--	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

Тематический план форма обучения – очно-заочная (3 года 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	Торговля как сфера обращения	2	1-2	2				10	
2	Государственное регулирование в сфере торговли	2	3					10	
3	Организация закупки, поставки и продажи товаров на торговом предприятии	2	4-5	2				10	
4	Товарооборот как важнейший показатель деятельности торговой организации	2	6-7	2	2			10	Рейтинг-контроль №1
5	Материально-техническая база торгового предприятия	2	8	2				10	
6	Анализ товарных запасов	2	9		2			10	
7	Издержки обращения	2	10-11	2				10	
8	Трудовые ресурсы и эффективность их использования в торговой организации	2	12		2			10	Рейтинг-контроль №2
9	Особенности ценообразования в торговле	2	13		2			10	
10	Экономическая эффективность деятельности торговой организации	2	14-15	2				10	
11	Планирование на торговом предприятии	2	16-17		2			10	
12	Специфика налогообложения торговых предприятий	2	18		2			10	Рейтинг-контроль №3
Всего за 2 семестр:					12	12		120	Экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР									-
Итого по дисциплине					12	12		120	Экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Торговля как сфера обращения.

Понятие торговли и ее функции. Современное состояние и перспектив торговли в России. Организация торговли как отрасли. Классификация торговых предприятий.

Тема 2. Государственное регулирование в сфере торговли.

Важнейшие задачи в сфере государственного регулирования торговли в России. Разграничение компетенций федеральных и территориальных органов власти в сфере регулирования деятельности торговых бизнес-структур. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность торговых организаций.

Тема 3. Организация закупки, поставки и продажи товаров на торговом предприятии

Задачи закупочной работы. Способы закупки. Этапы коммерческой работы по закупке товаров. Условия и содержание договора поставки товара. Порядок поставки товаров. Организация продажи товаров в оптовой и розничной сети.

Тема 4. Товарооборот как важнейший показатель деятельности торговой организации.

Понятие, виды товарооборота. Состав розничного и оптового товарооборота. Факторы, определяющие объем и структуру товарооборота. Показатели розничного и оптового товарооборота, их расчет и анализ.

Тема 5. Материально-техническая база торгового предприятия. Понятие и роль материально-технической базы. Показатели, характеризующие состояние, развитие и эффективность использования материально-технической базы торговли. Пути повышения эффективности использования материально-технической базы торговли

Тема 6. Анализ товарных запасов.

Сущность и виды товарных запасов. Учет и анализ товарных запасов. Нормирование товарных запасов.

Тема 7. Издержки обращения.

Экономическая сущность издержек обращения. Номенклатура статей издержек обращения. Анализ издержек обращения на торговом предприятии: цели, источники информации, показатели, методы расчета и анализа издержек обращения. Контроль и оптимизация издержек обращения.

Тема 8. Трудовые ресурсы и эффективность их использования в торговой организации.

Персонал торговой организации: сущность, состав, характеристика. Показатели обеспеченности кадрами, движения и эффективности использования трудовых ресурсов в торговой организации

Тема 9. Особенности ценообразования в торговле.

Понятие цены, основные способы ценообразования. Торговая наценка как компонент цены. Учет торговых наценок. Экономическое обоснование торговых надбавок на планируемый год.

Тема 10. Экономическая эффективность деятельности торговой организации.

Понятие, виды и критерии экономической эффективности торговой деятельности. Особенности оценки экономической эффективности деятельности торговой организации

Тема 11. Планирование на торговом предприятии.

Задачи планирования на торговом предприятии. Виды и методы планирования и их сущность. Планирование показателей розничного товарооборота, планирование товарных запасов и товарного обеспечения, план-прогноз издержек обращения, прибыли и рентабельности.

Тема 12. Специфика налогообложения торговых предприятий.

Состав налоговых платежей торгового предприятия. Специальные налоговые режимы.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Торговля как сфера обращения.

Современное состояние и перспектив торговли в России и во Владимирской области, в частности. Виды организационно-правовых форм предприятий торговой отрасли – *доклады, групповая дискуссия.*

Тема 2. Государственное регулирование в сфере торговли

Законодательная база, регулирующая деятельность организаций торговли – *доклады, групповая дискуссия.*

Тема 3. Организация закупки, поставки и продажи товаров на торговом предприятии

Заполнение заявки на поставку товара. Оформление договора поставки. Особенности реализации товаров в магазинах разных торговых форматов – *анализ ситуаций, групповая дискуссия.*

Тема 4. Товарооборот как важнейший показатель деятельности торговой организации

Задачи на расчет и анализ показателей розничного и оптового товарооборота – *решение задач.*

Тема 5. Материально-техническая база торгового предприятия.

Задачи на расчет показателей, характеризующих состояние, развитие и эффективность использования материально-технической базы торговли. Анализ путей повышения эффективности использования материально-технической базы торговли на примере конкретного предприятия – *решение задач, анализ ситуаций.*

Тема 6. Анализ товарных запасов

Задачи на учет и анализ товарных запасов, а также их нормирование – *решение задач.*

Тема 7. Издержки обращения

Задачи на расчет, анализ и оптимизацию издержек обращения на торговых предприятиях – *решение задач, анализ ситуаций.*

Тема 8. Трудовые ресурсы и эффективность их использования в торговой организации

Задачи на расчет показателей обеспеченности кадрами, движения и эффективности использования трудовых ресурсов в торговой организации

Тема 9. Особенности ценообразования в торговле

Анализ различных методов ценообразования: преимущества и недостатки. Задачи на калькуляцию себестоимости различных продуктов, определение цены по исходным данным – *решение задач.*

Тема 10. Экономическая эффективность деятельности торговой организации

Задачи на оценку экономической эффективности деятельности торговой организации. Рекомендации по улучшению рассчитываемых показателей – *решение задач.*

Тема 11. Планирование на торговом предприятии

Задачи на планирование показателей розничного товарооборота, планирование товарных запасов и товарного обеспечения, прогноз издержек обращения, прибыли и рентабельности – *решение задач, анализ ситуаций.*

Тема 12. Специфика налогообложения торговых предприятий

Расчет налоговых платежей на примере конкретного торгового предприятия. Задачи на расчет налогов по специальным налоговым режимам – *решение задач.*

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 по дисциплине «Экономика торговли» проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые вопросы, практико-ориентированные задания и задачи для текущего контроля приведены ниже.

Вопросы к рейтинг-контролю № 1

1. Понятие торговли и ее функции.
2. Современное состояние и перспектив торговли в России.
3. Организация торговли как отрасли.
4. Классификация торговых предприятий.
5. Задачи в сфере государственного регулирования торговли в России.
6. Разграничение компетенций федеральных и территориальных органов власти в сфере регулирования деятельности торговых бизнес-структур.
7. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность торговых организаций.
8. Задачи закупочной работы на торговом предприятии. Способы закупки. Этапы коммерческой работы по закупке товаров.
9. Условия и содержание договора поставки товара. Порядок поставки товаров.
10. Организация продажи товаров в оптовой и розничной сети.
11. Практическое задание: заполнить договор на поставку товаров, найти ошибки.

Вопросы к рейтинг-контролю № 2

1. Понятие, виды товарооборота. Состав розничного и оптового товарооборота. Факторы, определяющие объем и структуру товарооборота.
2. Показатели розничного и оптового товарооборота, их расчет и анализ.
3. Понятие и роль материально-технической базы. Показатели, характеризующие состояние, развитие и эффективность использования материально-технической базы торговли.
4. Пути повышения эффективности использования материально-технической базы торговли
5. Сущность и виды товарных запасов. Учет и анализ товарных запасов. Нормирование товарных запасов.
6. Экономическая сущность издержек обращения. Номенклатура статей издержек обращения.
7. Анализ издержек обращения на торговом предприятии: цели, источники информации, показатели, методы расчета и анализа издержек обращения. Контроль и оптимизация издержек обращения.

8. Персонал торговой организации: сущность, состав, характеристика. Показатели обеспеченности кадрами, движения и эффективности использования трудовых ресурсов в торговой организации
9. Понятие цены, основные способы ценообразования. Торговая наценка как компонент цены. Учет торговых наценок.
10. Экономическое обоснование торговых надбавок на планируемый год.
11. Понятие, виды и критерии экономической эффективности торговой деятельности. Особенности оценки экономической эффективности деятельности торговой организации
12. Задача. Определите ожидаемое выполнение плана товарооборота, если за девять месяцев фактический товароборот составил 3248 тыс. руб. План четвертого квартала составляет 25% от годового товарооборота. Планируемый на год товароборот – 4590 тыс. руб.
13. Задача. Рассчитать влияние на изменение объема розничного товарооборота магазина изменения его физического объема продаж и розничных цен на товары на основе следующих данных таблицы.

Расчет влияния цен на объем розничного товарооборота магазина, тыс. руб.

Годы	Розничный товароборот, ден. ед.	
	в действующих ценах	в сопоставимых ценах
Прошлый	6210	--
Отчетный	7920	--

Индекс цен -1,18.

Вопросы к рейтинг-контролю № 3

1. Задачи планирования на торговом предприятии.
2. Виды и методы планирования и их сущность.
3. Планирование показателей розничного товарооборота.
4. Планирование товарных запасов и товарного обеспечения.
5. План-прогноз издержек обращения.
6. Прогноз прибыли и рентабельности торгового предприятия.
7. Состав налоговых платежей торгового предприятия.
8. Специальные налоговые режимы.
9. Задача. Рассчитать розничную цену пальто из натурального меха. Полная себестоимость 3680 ден. ед. Уровень рентабельности данного изделия 29%. Надбавка за высокое качество и соответствие международным стандартам 15%. Ставка акцизного сбора 30%. Торговая надбавка к свободной отпускной цене с НДС 9%.
10. Задача. Коммерческая себестоимость изделия – 90 ден. ед., уровень рентабельности – 25% к себестоимости, акциз – 15 ден. ед. на единицу изделия, налог на добавленную стоимость – 20% от оптовой цены предприятия, посредническо-сбытовая наценка посреднической организации – 20% от закупочной цены, торговая наценка – 10% от закупочной цены. Определить: прибыль предприятия на одно изделие, оптовую цену предприятия, отпускную цену с НДС, посредническую и торговую надбавки, розничную цену изделия.

Примеры тестовых вопросов

1. К задачам торговой деятельности относят:
 - a) - проведение политики своевременного обновления и улучшения качества товаров;
 - b) - поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей;
 - c) - формирование торгового ассортимента;
 - d) - маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных торговых предприятий;
 - e) - удовлетворение потребностей населения в товарах;

- f) - обеспечение высокого качества и культуры торгового обслуживания;
- g) - закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей;
- h) - обеспечение гарантий прав и законных интересов граждан в процессе торгового обслуживания;
- i) - все ответы верны.

2. Соотнесите определения

1. Бутик	А) Помещение с демонстрационным залом, где выставлены образцы коллекций представляемых брендов
2. Дисконт	Б) Небольшой магазин, предназначенный для обеспечения текущих потребностей живущих неподалеку покупателей. Зачастую расположен непосредственно в самом доме, на его первом или цокольном этаже. Ассортимент такого магазина должен быть максимально сбалансированным и состоять из товаров повседневного спроса
3. Шоу-рум	В) Распродажа по сниженным ценам сезонных вещей, не распроданных в сезон, распродажа партий товаров из коллекций прошлых сезонов, складских остатков, перепроизводства, реализацию одежды, которая не поступила на продажу в торговые сети (по разным причинам), фабричный брак. В России ассоциируется с распродажей низкокачественных, устаревших вещей из дешевого рыночного сегмента
4. Аутлет	Г) Реализуют узкий ассортимент непродовольственных товаров, бывших в употреблении, низкой ценовой группы по методу самообслуживания
5. Магазин у дома (магазин «шаговой доступности»)	Д) Данный формат стоит в одном ряду со стоками и дисконтами. Это тот же формат дисконта, торговой площадки, специализирующейся на продаже брендов одежды со значительными скидками. Однако, данный формат предполагает более высокий уровень распродажных вещей.
6. Магазин на диване	Е) Универсальный продовольственный магазин площадью не менее 400 м ² , практикующий традиционные методы обслуживания
7. Секонд-хенд	Ж) Магазин эксклюзивной одежды и аксессуаров, которые могут быть официальными торговыми точками знаменитых домов моды или же продавать одежду сразу нескольких брендов. Целевая аудитория - женщины и мужчины с высоким и средним уровнем дохода
8. Гастроном	З) Формирует широкий ассортимент продовольственных либо непродовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией предприятия. Данный формат магазинов предлагает узкий, но насыщенный ассортимент, способный удовлетворить специфическую потребность покупателя
9. Специализированный продовольственный (непродовольственный) магазин	И) Телемагазин телевизионной торговли. Товары транслируются по телеканалу, а заказываются по телефону, доставляются с помощью почты или службы доставки

3. Соотнесите компетенции по регулированию торговой деятельности

Федеральный уровень Управления (ф)	<ul style="list-style-type: none"> a) установление правил торговли отдельными товарами и правил оказания услуг; b) разработка торговой политики в регионе, поддержка торг. предприятий, определяющих ситуации на местных рынках или выполняющих соц. заказ населения, стимулирование развития малых форм бизнеса в торговле; c) разработка программ развития торговли и оценки последствий их реализации; d) формирование условий для роста предпринимательской активности в торговой сфере с помощью инвестиционной политики, системы местных налогов, сборов и льгот, условий кредитования, землепользования, аренды муниципального имущества;
Территориальный уровень управления (т)	<ul style="list-style-type: none"> e) регистрация и контроль за деятельностью участников торгового оборота, соблюдения ими финансовой, налоговой дисциплины, норм торговли, требований к качеству товаров, уровню предоставляемых услуг с применением установленных санкций к нарушителям; f) рациональность в размещении торг. объектов, лицензирование оптовой и розничной торговли; g) создание правовой основы единого рынка, в том числе налоговое, таможенное, валютное, антимонопольное, финансовое регулирование, квотирование, субсидирование, лицензионные и сертификационные нормы; h) изучение и прогноз конъюнктуры рынка товаров и предоставление информационных и консультационных услуг торговым предприятиям о рынке

4. Безопасность товара (работы, услуги) (согласно закону о защите прав потребителей) – это

- a) безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя;
- b) безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги);
- c) безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья и имущества потребителя

5. Существенный недостаток товара (работы, услуги) -

- a) - недостаток, который не может быть устранен;
- b) - неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки;
- c) - недостаток, который проявляется вновь после его устранения

6. Срок службы товара — это:

- a) - период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению;
- b) - период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя;
- c) - период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуются обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки

7. Срок годности товара – это

- a) - период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя;
- b) - период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуются обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки;
- c) - период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению.

8. Гарантийный срок – это

- a) - период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению;
- b) - период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя;
- c) - период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуются обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки

9. Срок осуществления поставки - это

- a) - срок, в течение которого товар должен быть оплачен;
- b) - срок, в течение которого товар должен быть доставлен на склад покупателя;
- c) - срок исполнения поставщиком обязанности передать товар покупателю.

10. Выберите несколько правильных вариантов ответов: какая из видов ответственности предусмотрена за нарушение прав потребителей?

- a) - материальная
- b) - уголовная
- c) - дисциплинарная
- d) - гражданско-правовая
- e) - административная
- f) - правовая

g) - судебная

11. Безопасность товара (работы) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы) обеспечивает:

a) - изготовитель

b) - продавец

c) - иные ответственные лица

12. Если установлено, что при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара (работы) он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, окружающей среде, изготовитель (исполнитель, продавец) обязан:

a) - принять меры по изъятию товара из оборота (в необходимых случаях)

b) - незамедлительно приостановить производство (реализацию товара) до устранения причин вреда

c) - уведомить любым способом потребителя о вреде товара

d) - принять меры по отзыву товара у потребителя (в необходимых случаях)

13. Начало гарантийного срока исчисляется с момента:

a) - истечения срока годности товара

b) - производства товара

c) - передачи товара потребителю

14. Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе:

a) - потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);

b) - потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;

c) - потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;

d) - потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;

e) - отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками;

f) - все варианты верны

15. В течение какого времени, в случае обнаружения потребителем недостатков товара и предъявления требования о его замене, продавец обязан заменить такой товар?

a) - в течение 10 дней со дня предъявления указанного требования потребителем

b) - в течение 7 дней со дня предъявления указанного требования потребителем

c) - в течение 21 дней со дня предъявления указанного требования (при необходимости дополнительной проверки качества такого товара)

d) - в течение 30 дней со дня предъявления указанного требования (при необходимости дополнительной проверки качества такого товара)

16. Требования потребителя о возврате уплаченной за товар суммы и о полном возмещении убытков подлежат удовлетворению продавцом в течение:

a) - 3 дней

b) - 10 дней

c) - 14 дней

d) - 1 месяц

17. При обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) потребитель вправе по своему выбору потребовать:

a) - безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);

b) - соответствующего уменьшения цены выполненной работы (оказанной услуги);

c) - безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы. При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;

d) - возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами.

e) - верно все

18. Метод предполагает поставку товаров большой партией за один раз:

a) - получение товара по мере необходимости

b) - регулярные закупки мелкими партиями

c) - закупка товара одной партией

d) - ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям

19. В этом случае покупатель заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется ему партиями в течение определенного периода:

a) - ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям

b) - закупка товара одной партией

c) - получение товара по мере необходимости

d) - регулярные закупки мелкими партиями

20. Такой метод закупки широко используется там, где закупаются дешевые и быстро потребляемые товары. Необходимые документы составляются ежедневно (ежемесячно) и включают следующие сведения: полный перечень товаров; количество товаров, имеющихся на складе; требуемое количество товаров:

a) - закупка товара одной партией

b) - регулярные закупки мелкими партиями

c) - ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям

d) - получение товара по мере необходимости

21. Этот метод похож на регулярную поставку товаров, но характеризуется следующими особенностями: количество поставляемых товаров не устанавливается, а определяется приблизительно; поставщики перед выполнением каждого заказа связываются с покупателем; оплачивается только поставленное количество товара; по истечении срока контракта заказчик не обязан принимать и оплачивать товары, которые еще только должны быть поставлены:

a) - регулярные закупки мелкими партиями

b) - получение товара по мере необходимости

c) - закупка товара одной партией.

d) - ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям.

22. К предварительным операциям по закупке не относятся:

a) - оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение договоров поставки;

b) изучение и прогнозирование покупательского спроса;

c) - определение потребности в товарах;

d) - заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров;

e) - поиск и анализ основных поставщиков, налаживание с ними постоянных связей оперативный учет выполнения договоров поставки;

f) - составление заявок и заказов на поставку товаров;

g) - разработка преддоговорных требований к поставщикам и условиям поставки;

h) - контроль над ходом выполнения оптовых закупок

23. К закупочным операциям не относятся:

a) - поиск и анализ основных поставщиков, налаживание с ними постоянных связей;

b) - сбор, анализ и передача информации различным подразделениям торгового предприятия (бухгалтерия, отдел сбыта, транспортный отдел);

c) - заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров;

d) - составление заявок и заказов на поставку товаров;

e) - уточнение развернутого ассортимента поставляемых товаров;

f) - приемку товаров и их оплату поставщикам;

g) - разработка преддоговорных требований к поставщикам и условиям поставки.

24. К заключительным операциям по закупке не относятся:

a) - изучение и прогнозирование покупательского спроса;

- b) - оперативный учет выполнения договоров поставки;
- c) - оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение договоров поставки;
- d) - контроль над ходом выполнения оптовых закупок;
- e) - заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров;
- f) - приемку товаров и их оплату поставщикам;
- g) - сбор, анализ и передача информации различным подразделениям торгового предприятия (бухгалтерия, отдел сбыта, транспортный отдел);
- h) - определение потребности в товарах.

25. Заявка – это

- a) - официальное требование торгового предприятия, направленное поставщику и содержащее перечень товаров, которое предприятие собирается приобрести за определенный период;
- b) - документ торгового предприятия, направляемый поставщику и содержащий сведения о потребности предприятия в конкретных товарах на определенный период. Он ни к чему не обязывает ни предприятие торговли, ни поставщика;
- c) - официальный документ, согласно которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

26. Заказ - это

- a) - официальное требование торгового предприятия, направленное поставщику и содержащее перечень товаров, которое предприятие собирается приобрести за определенный период.
- b) - документ торгового предприятия, направляемый поставщику и содержащий сведения о потребности предприятия в конкретных товарах на определенный период. Он ни к чему не обязывает ни предприятие торговли, ни поставщика.
- c) - официальный документ, согласно которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

27. Договор поставки - это

- a) - официальное требование торгового предприятия, направленное поставщику и содержащее перечень товаров, которое предприятие собирается приобрести за определенный период.
- b) - официальный документ, согласно которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.
- c) - документ торгового предприятия, направляемый поставщику и содержащий сведения о потребности предприятия в конкретных товарах на определенный период. Он ни к чему не обязывает ни предприятие торговли, ни поставщика.

28. Недопоставка – это

- a) - поставка товара по истечении срока, обусловленного договором;
- b) - передача поставщиком товара в отдельном периоде поставки в меньшем, чем обусловлено договором, количестве;
- c) - поставка до наступления предусмотренной договором календарной даты передачи товара либо периода поставки.

29. К внемагазинной форме продажи относят:

- a) - продажи по почте
- b) - прямые продажи (личные или групповые),
- c) - в торговых предприятиях самообслуживания
- d) - продажи через прилавки

- e) - по каталогам
- f) - интернет-торговля
- g) - салонные продажи
- h) - в торговых предприятиях с открытой выкладкой
- i) - через автоматы.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Экономика торговли» проводится в форме экзамена.

Вопросы к экзамену

1. Понятие торговли и ее функции. Факторы, влияющие на развития торговой отрасли.
2. Современное состояние и перспектив торговли в России.
3. Организация торговли как отрасли.
4. Классификация торговых предприятий.
5. Задачи в сфере государственного регулирования торговли в России.
6. Разграничение компетенций федеральных и территориальных органов власти в сфере регулирования деятельности торговых бизнес-структур.
7. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность торговых организаций.
8. Задачи закупочной работы на торговом предприятии. Способы закупки. Этапы коммерческой работы по закупке товаров.
9. Условия и содержание договора поставки товара. Порядок поставки товаров.
10. Организация продажи товаров в оптовой и розничной сети.
11. Понятие, виды товарооборота.
12. Состав розничного и оптового товарооборота. Факторы, определяющие объем и структуру товарооборота.
13. Показатели розничного и оптового товарооборота, их расчет и анализ.
14. Понятие и роль материально-технической базы.
15. Показатели, характеризующие состояние, развитие и эффективность использование материально-технической базы торговли.
16. Пути повышения эффективности использования материально-технической базы торговли
17. Сущность и виды товарных запасов.
18. Учет и анализ товарных запасов.
19. Нормирование товарных запасов.
20. Экономическая сущность издержек обращения. Номенклатура статей издержек обращения.
21. Анализ издержек обращения на торговом предприятии: цели, источники информации, показатели, методы расчета и анализа издержек обращения.
22. Контроль и оптимизация издержек обращения.
23. Персонал торговой организации: сущность, состав, характеристика.
24. Показатели обеспеченности кадрами, движения и эффективности использования трудовых ресурсов в торговой организации
25. Понятие цены, основные способы ценообразования.
26. Торговая наценка как компонент цены. Учет торговых наценок.
27. Экономическое обоснование торговых надбавок на планируемый год.
28. Понятие, виды и критерии экономической эффективности торговой деятельности.
29. Особенности оценки экономической эффективности деятельности торговой организации
30. Задачи планирования на торговом предприятии. Виды и методы планирования и их сущность.

31. Планирование показателей розничного товарооборота.
32. Планирование товарных запасов и товарного обеспечения.
33. План-прогноз издержек обращения.
34. Прогноз прибыли и рентабельности торгового предприятия.
35. Состав налоговых платежей торгового предприятия.
36. Специальные налоговые режимы.

Примерные задачи к экзамену

1. Основные фонды магазина на начало года составили 8500 тыс. руб. Выбытие основных фондов из-за их ветхости 1 июля составило 2200 тыс. руб., а 1 октября магазин приобрел торговое оборудование на 1560 тыс. руб. Определите среднегодовую стоимость основных фондов.
2. С 10 января вступило в действие оборудование с первоначальной стоимостью 260 тыс. руб. и сроком полезного использования 6 лет. По решению руководства фирмы с 1 июня по 30 сентября данное оборудование переведено на консервацию. Определите сумму начисленной амортизации за текущий год при условии применения линейного метода.
3. План розничного товарооборота на квартал — 3650 тыс. руб. Доля себестоимости в товарообороте составляет 80%. Норма товарных запасов — 15 дней. Норма запаса денежных средств — полтора дня. Норматив в оборотных средствах по прочим активам составляет 20 тыс. руб. Определите потребность в оборотных средствах.
4. Фактический товарооборот магазина за месяц — 9370 тыс. руб. Численность продавцов составила 16 чел. Сдельная расценка в расчете на 1 тыс. руб. товарооборота составляет 65 руб. Определите среднюю заработную плату продавца (в тыс. руб.).
5. Оптовый оборот ресторана при гипермаркете составит 2500 тыс. руб. Розничный оборот по реализации покупных товаров составит 1300 тыс. руб., или 30% в общем объеме розничного оборота. Определите валовой оборот ресторана.
6. В отчетном квартале доля складского товарооборота составила 80%, а его объем — 3900 тыс. руб. Среднегодовой темп роста товарооборота составляет 7,5%. Удельный вес транзитного товарооборота в планируемом периоде сохранится на уровне отчетного периода. Определите план транзитного товарооборота базы.
7. Организация в отчетном периоде осуществила следующие расходы в виде: сумм начисленных дивидендов — 20 тыс. руб.; материальных и прочих затрат — 160 тыс. руб.; амортизации — 68 тыс. руб.; расходов по созданию амортизируемого имущества — 900 тыс. руб.; взноса в уставный капитал — 55 тыс. руб.; стоимости безвозмездно переданного имущества — 13 тыс. руб.; сумм налогов, предъявленных покупателю — 19 тыс. руб.; сумм на оплату труда — 90 тыс. руб. Определите сумму издержек производства и обращения.
8. Объем реализованной продукции фирмы составляет 1200 тыс. руб. Уровень производства и обращения — 80%. Определите сумму издержек производства и обращения (в тыс. руб.)
9. Всего продано товаров — 3300 шт. Закупочная цена товара — 72 руб., продажная цена — 80 руб. Определите сумму валового дохода.
10. Оптовая цена изготовителя — 120 руб. Ставка НДС — 20%. Определите отпускную оптовую цену.
11. Магазин имел плановые показатели: товарооборот — 6000 тыс. руб.; уровень валового дохода — 21%; сумма издержек обращения — 1780 тыс. руб. Фактические результаты составили: товарооборот — 7100 тыс. руб.; валовой доход — 3100 тыс. руб.; издержки обращения — 1250 тыс. руб. Определите отклонение фактической прибыли от плановой.
12. Произвести распределение планового объема оборота розничной торговли супермаркета по макроструктуре на основе следующих данных:
 - 1) плановый объем оборота розничной торговли составит 79 200 тыс. руб.;
 - 2) удельный вес продовольственных товаров в общем объеме оборота за 4 предшествующие года составлял соответственно 95,2; 87,8; 85,6; 89,9 %.

13. В отчетном периоде товарооборот на 1 м² торговой площади составил 340 тыс. руб. В планируемом периоде торговая площадь магазина за счет реконструкции увеличится на 12%, а объем товарооборота возрастет на 16%. Определите товарооборот на 1 м² торговой площади в планируемом периоде.

14. Фактические товарные запасы по себестоимости на начало планируемого квартала составили 370 тыс. руб. План розничного товарооборота на квартал — 4400 тыс. руб. Доля себестоимости в товарообороте составляет 85%. Норма товарных запасов — 14 дней. Определите необходимый прирост оборотных средств в товарных запасах.

15. Персонал предприятия имеет состав: продавцы — 5 чел., кондитеры — 3 чел., экспедитор — 1 чел., администратор — 1 чел. Дневная тарифная ставка продавца — 1000 руб., экспедитора — 800 руб., кондитера — 850 руб., администратора — 750 руб. Число дней работы предприятия в месяц — 24. Определите месячный фонд оплаты труда предприятия (в тыс. руб.).

16. Товарооборот кафе при гипермаркете по реализации покупных товаров составляет 840 тыс. руб. Удельный вес оборота по реализации собственной продукции в общем объеме оборота составляет 60%. Определите общий оборот кафе.

17. Стоимость материалов для производства продукции по цене приобретения составляет 450 тыс. руб., в том числе НДС — 75 тыс. руб. Расходы на транспортировку указанных товаров составили 15 тыс. руб. Комиссионное вознаграждение посредникам — 6 тыс. руб. В стоимость материалов включена невозвратная тара на 2,5 тыс. руб. и возвратная тара, которая может быть реализована на 4 тыс. руб. Определите сумму материальных расходов.

18. Прямые расходы предприятия на выпуск одной единицы продукции составляют 23 руб. Общая сумма косвенных затрат предприятия при выпуске продукции 16 тыс. ед. составила 180 тыс. руб. Определите себестоимость продукции.

19. Закупочная цена товара — 76 руб., продажная цена — 120 руб. Определите торговую надбавку в процентах к цене закупки.

20. Отпускная оптовая цена — 562 руб. Ставка НДС — 20%. Определите оптовую цену изготовителя.

21. Предприятие сдает помещение в аренду и имеет от этого доход в размере 180 тыс. руб. Оно является обладателем ценных бумаг и имеет доходы от этого в размере 230 тыс. руб., что составляет 22% прибыли от реализации. Полученные штрафы от поставщиков за срыв договоров поставок составили 60 тыс. руб., предприятие уплатило штрафы в размере 24 тыс. руб. Определите прибыль от внереализационных операций.

22. Товарооборот в отчетном году составил 9200 тыс. руб. Постоянные издержки — 510 тыс. руб., уровень переменных издержек — 12%. В планируемом году товарооборот возрастет на 2500 тыс. руб., средняя торговая надбавка к цене закупки составит 28%. Определите план прибыли от реализации.

23. Оптовая отпускная цена изделия — 2900 руб. Ставка акциза — 7%. Ставка НДС — 20%. Определите сумму акциза.

24. Произвести распределение планового объема оборота розничной торговли супермаркета на основе следующих данных:

1) плановый объем оборота розничной торговли составит 6600 тыс. руб.;

2) распределение розничного товарооборота по кварталам за 3 предыдущих года, в %:

Периоды	Годы		
	1	2	3
1	16,2	17,5	18,6
2	23,5	18,8	
3	19,9		19,1
4		24,0	22,1

25. Планируемый объем розничного товарооборота - 29300 тыс. руб. Коэффициент фондоёмкости составит 0,09. Определите среднегодовую стоимость основных фондов на предстоящий период.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа по дисциплине «Экономика торговли» предполагает:

- 1) Решение задач.
- 2) Подготовка докладов на темы, вынесенные для самостоятельного изучения.

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение

1. Основные этапы развития торговой отрасли.
2. Современные тенденции в развитии розничной торговли в стране (регионе).
3. Современные тенденции и особенности развития оптовой торговли в стране (регионе).
4. Статистическая база для анализа развития торговой отрасли.
5. Организационная структура торговой отрасли (по типам предприятий).
6. Экономическая структура торговой отрасли (по видам деятельности).
7. Показатели, характеризующие структуру торговой отрасли. Методика выбора оптимальной структуры торговой отрасли).
8. Проблемы адаптации коммерческого предприятия к условиям внешней среды отрасли.
9. Выбор и обоснование наиболее эффективных организационных форм функционирования торгового предприятия.
10. Экономическая характеристика отрасли торговли и ее роль в региональной экономике.
11. Исторические аспекты функционирования и развития отрасли торговли в регионе.
12. Типизация, специализация торговых предприятий и их классификация.
13. Особенности специализации, кооперирования и комбинирования в отрасли.
14. Влияние налогов на ресурсную обеспеченность отрасли.
15. Оценка эффективности отрасли в общественном производстве и экономике страны.
16. Пути повышения эффективности работы в отрасли на региональном уровне.
17. Экономические основы финансовых отношений в отрасли.
18. Прогнозирование емкости регионального рынка потребительских товаров.
19. Внутренняя торговля как отрасль национальной экономики.
20. Внешняя торговля как отрасль национальной экономики.

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 изда- ния	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном ката- логе ЭБС
Основная литература		
Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05732-4.	2021	https://urait.ru/bcode/473534
Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учебник / А. М. Фридман. - 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 656 с. - ISBN 978-5-394-03747-4.	2020	https://znanium.com/catalog/product/1093229
Дополнительная литература		
Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2.	2019	https://urait.ru/bcode/426099
Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 323 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05732-4.	2019	https://urait.ru/bcode/441445
Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли : учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 468 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2987-4.	2019	https://urait.ru/bcode/425898

6.2. Периодические издания

1. Менеджмент в России и за рубежом*
 2. Проблемы теории и практики управления *
- * – литература из фонда библиотеки ВлГУ

6.3. Интернет-ресурсы

1. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ)
2. <http://library.vlsu.ru/> – сайт научной библиотеки ВлГУ
3. <https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики
4. <https://vladimirstat.gks.ru/> - ТО Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области
5. <https://minpromtorg.gov.ru/> - Министерство промышленности и торговли Российской Федерации
6. <http://ecsocman.edu.ru/> – Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
7. <http://www.scopus.com/> – библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus
8. webofscience.com – база данных международных индексов научного цитирования Web of Science

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 см. ниже Кест Татьяна М
(ФИО, должность, подпись) Проф. -

Рецензент

(представитель работодателя) Руководитель отдела персонала ООО «Гиперглобус»



О.В.Истратова

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерции и гостеприимства»

Протокол № 1 от 29.08.22 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент

О.Б.Яресь

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

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

Протокол № 1 от 30.08.22 года

Председатель комиссии к.п.н., доцент

М.В.Краснова

(ФИО, должность, подпись)