

Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины.....	3
II. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины.....	3
IV. Содержание и структура дисциплины.....	5
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов....	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....	7
4.3 Содержание учебного материала.....	9
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ.....	11
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов.....	12
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	13
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов).....	14
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	16
а) перечень литературы.....	16
б) базы данных, поисково-справочные и информационные системы.....	17
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	16
6.1. Учебно-лабораторное оборудование.....	16
6.2. Программное обеспечение.....	17
6.3. Технические и электронные средства обучения.....	17
VII. Образовательные технологии.....	18
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями учебной дисциплины «Организация торговой деятельности» является овладение студентами теоретических знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области операционных процессов на предприятиях торговли, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки.

При изучении учебной дисциплины необходимо решить следующие задачи:

- овладеть теоретическими и специальными знаниями в области современных методов организации торговых процессов в розничных и оптовых предприятиях, оценке экономической эффективности торговых, технологических процессов, товароснабжения, операций, совершаемых в процессе торговой деятельности;
- освоить формы и методы товарного предложения и торгового обслуживания в предприятиях магазинных и внемагазинных форм продажи товаров;
- сформулировать знания и практические навыки в области организации хозяйственных связей торговых предприятий на потребительском рынке и товароснабжения, оценки эффективности операций при закупке и реализации товаров;
- приобрести практические навыки в принятии решений и квалификационной оценке всего многообразия возникающих стандартных и нестандартных ситуаций в процессе совершения операций по организации торговых процессов обслуживания покупателей, коммерческой работе;
- научить методом проектирования и моделирования процессов в торговле и адаптировать полученные знания применительно к современным условиям развития торгового отрасли.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре в блоке базовых дисциплин. Учебная дисциплина «Организация торговой деятельности» является дисциплиной профессионального цикла. Дисциплина имеет предшествующие связи с другими дисциплинами: «Менеджмент», «Коммерческая деятельность».

Последующие межпредметные связи дисциплины «Организация торговой деятельности»: «Маркетинг», «Международная торговля».

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций ПК-2 в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

В результате освоения дисциплины «Организация торговой деятельности» выпускник должен быть способен выполнять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности торговой организации (ПК-2).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2	ИДК ПК 2.1 Осуществляет расчет экономических показателей результатов деятельности торговой организации	<i>Знать:</i> современные методы и технологии в сфере экономической деятельности, предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для расчета экономических показателей результатов деятельности торговой организации, методы оценки эффективности торговой деятельности, регулировать процессы закупки и реализации товаров, осуществления операций товароснабжения торгового предприятия.

		<p>Уметь: применять современные методы и технологии в объеме, необходимом для целей расчет экономических показателей результатов деятельности торговой организации.</p> <p>Владеть: методами сбора и анализа данных, необходимых для расчета экономических показателей результатов деятельности торговой организации.</p>
	<p><i>ИДК ПК 2.2</i></p> <p>Проводит экономический анализ хозяйственной деятельности торговой организации</p>	<p><i>Знать:</i> различные стороны функционирования торговых предприятий, директивные и нормативные акты, регламентирующие структурно-элементное построение внутренней торговли в федеральном и региональном аспекте, виды, типы, функции торговых предприятий, управление торговыми процессами, организацию труда на предприятии торговли.</p> <p><i>Уметь:</i> осуществлять торговые и технологические операции, в розничной и оптовой торговле; применять специальные методы экономических исследований.</p> <p><i>Владеть:</i> аналитическими методами для оценки эффективности торговой деятельности торговых, технологией разработки решений на предприятиях; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.</p>

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, в том числе 84 часа контактной работы. Из них 34 часа – практическая подготовка. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/тема	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости;	
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				Самостоятельная работа	Контроль		
					Лекции	Семинарские практические занятия	КСР	Консультации				КО
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Раздел 1. Основы торговой деятельности предприятия	5	44	8	8	8				28		
2	Тема 1. Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины.	5	22	4	4	4				14		Опрос, тест
3	Тема 2. Основы теории операционной деятельности предприятия.	5	22	4	4	4				14		Опрос, тест
4	Раздел 2. Организация операционной деятельности предприятий оптовой торговли.	5	66	12	12	12				42		
5	Тема 3. Оптовые предприятия, их виды и функции.	5	22	4	4	4				14		Опрос, тест
6	Тема 4. Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.	5	22	4	4	4				14		Опрос, тест

7	Тема 5. Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.	5	22	4	4	4				14		Опрос, тест
8	Раздел 3. Организация операций на предприятиях розничной торговли..	5	64	14	14	14				36		
9	Тема 6. Инфраструктура розничной торговли.	5	24	6	6	6				12		Опрос, тест
10	Тема 7. Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.	5	20	4	4	4				12		Опрос, тест
11	Тема 8. Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.	5	20	4	4	4				12		Опрос, тест
12	ИТОГО	5	216	34	34	34	6		10	106	62	<i>Экзамен</i>

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Раздел 1. Основы торговой деятельности предприятия					
7	Тема 1. Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины.	реферат	сентябрь	28	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Тема 2. Основы теории операционной деятельности предприятия.	реферат	сентябрь	14	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Раздел 2. Организация операционной деятельности предприятий оптовой торговли.					
7	Тема 3. Оптовые предприятия, их виды и функции.	реферат	октябрь	42	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Тема 4. Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.	эссе	октябрь	14	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Тема 5. Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.	эссе	ноябрь	14	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Раздел 3. Организация операций на предприятиях розничной торговли..					
7	Тема 6. Инфраструктура розничной торговли.	реферат	ноябрь	36	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Тема 7. Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.	реферат	декабрь	12	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
7	Тема 8. Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.	реферат	декабрь	12	собеседование	В соответствии со списком рекомендованной литературы
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				106		

4.3 Содержание учебного материала

Раздел I. Основы торговой деятельности предприятия.

Тема 1. Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины. Новые понятия: «организация производства», «процесс организации», «оптовая торговля» «процессы», «товароснабжение», «товародвижение», «операции в торговле», «организация торгового обслуживания». Цели, задачи, предмет дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины по направлению «Экономика», профиль «Торговая политика».

Тема 2. Основы теории операционной деятельности торгового предприятия.

Основные функции процессов организации деятельности предприятия. Организация операций и процедур как объект управления и системы управления. Количественные и качественные показатели, характеризующие эффективность операций в системе управления. Предприятие торговли как хозяйствующий субъект Сфера функционирования торгового предприятия на потребительском рынке.

Раздел II. Организация операционной деятельности предприятий оптовой торговли.

Тема 3. Оптовые предприятия, их виды и функции.

Оптовая торговля сущность, функции, особенности функционирования, современное состояние и перспективы развития. Виды и типы оптовых предприятий, функции и их роль в организации процессов товародвижения. Особенности развития оптовой торговли в мировом экономическом пространстве. Оптовые предприятия общенационального масштаба и регионального уровня. Независимые оптовики, торгово-посреднические структуры, организаторы оптового оборота.

Тема 4. Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.

Организация закупочной деятельности на оптовом предприятии. Сущность процессов закупочной работы, операции по изучению источников поставок товаров. Основные критерии выбора поставщиков. Договоры поставки товаров: их сущность, операции и процедуры по заключению и расторжению договоров поставки. Операционная деятельность при организации закупок на оптовых ярмарках.

Тема 5. Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.

Операционная деятельность по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. Организация операций продажи товаров на оптовых рынках, аукционах, в магазинах Кэш-Энд-Кэрри. Методы оптовой продажи товаров оптовым покупателям. Услуги оптовых предприятий.

Раздел III. Организация операций на предприятиях розничной торговли.

Тема 6. Инфраструктура розничной торговли.

Розничная торговля: цели и задачи, функции. Состояние и перспективы розничной торговли. Концептуальные основы формирования инфраструктуры розничной торговли. Классификация предприятий, их виды, типы, характеристика. Размещение розничной торговой сети в городской застройке. Стационарная и нестационарная торговая сеть. Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров. Автоматизация процессов продажи товаров.

Тема 7. Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.

Сущность торгового обслуживания. Формы торгового обслуживания и методы продажи товаров. Услуги розничной торговли, оказываемые покупателям товаров. Правила продажи отдельных видов товаров. Правила работы предприятий розничной торговли. Операционная деятельность при продаже товаров по особым правилам: операции по

продаже товаров по образцам, операции по продаже товаров длительного пользования в кредит, операции при осуществлении комиссионной торговли непродовольственными товарами, продажа алкогольной продукции и табачных изделий. Организация государственного контроля над торговлей. Культура и качество торгового обслуживания и операции по их анализу и оценке.

Тема 8. Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.

Сущность товароснабжения розничной торговой сети: цели, задачи, принципы. Основные требования к организации товароснабжения розничной торговой сети. Формы товароснабжения и их выбор. Оперативное управление товароснабжением. Методы определения частоты и партионности завоза товаров в магазины. Содержание транспортно-экспедиционных операций. Операции по планированию перевозок товаров в розничную сеть. Разработка графиков, схемы и маршрутов завоза товаров. Выбор транспортных средств.

4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)*
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1.1	Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины.	22	4	Тест	ИДК ПК 2.1
2	1.2	Основы теории операционной деятельности предприятия.	22	4	Тест	ИДК ПК 2.2
3	2.3	Оптовые предприятия, их виды и функции.	22	4	Тест	ИДК ПК 2.1
4	2.4	Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.	22	4	Тест	ИДК ПК 2.2
5	2.5	Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.	22	4	Тест	ИДК ПК 2.1
6	3.6	Инфраструктура розничной торговли.	24	6	Тест	ИДК ПК 2.2
7	3.7	Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.	20	4	Тест	ИДК ПК 2.1
8	3.8	Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.	20	4	Тест	ИДК ПК 2.2

4.3.2 Перечень, выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов

№ п/н	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
1	Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины.	Подготовка к устному ответу по теме с подготовкой презентации.	ПК-2	ИДК ПК 2.1
2	Основы теории операционной деятельности предприятия.	Подготовка к устному ответу по теме с подготовкой презентации.	ПК-2	ИДК ПК 2.2
3	Оптовые предприятия, их виды и функции.	Подготовка к письменному тесту	ПК-2	ИДК ПК 2.1
4	Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.	Подготовка к устному ответу по теме с подготовкой презентации.	ПК-2	ИДК ПК 2.2
5	Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.	Подготовка доклада с мультимедийной презентацией	ПК-2	ИДК ПК 2.1
6	Инфраструктура розничной торговли.	Эссе	ПК-2	ИДК ПК 2.2
7	Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.	Подготовка доклада с мультимедийной презентацией	ПК-2	ИДК ПК 2.1
8	Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.	Эссе	ПК-2	ИДК ПК 2.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Доклад с мультимедийной презентацией

Доклад – это вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы. Отличительной чертой доклада является научный, академический стиль. Можно выделить следующие этапы работы над докладом:

- Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 8-10 источников).
- Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений.
- Разработка плана доклада.
- Написание.
- Публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура доклада может быть следующей:

1. Формулировка темы исследования (она должна быть не только актуальной, но и оригинальной, интересной по содержанию).
2. Актуальность исследования (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам в данной теме уделялось недостаточное внимание, почему студентом выбрана именно эта тема).
3. Цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы исследования и может уточнять ее).
4. Задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие).
5. Гипотеза (научно обоснованное предположение о возможных результатах исследовательской работы). Формулируется в том случае, если работа носит экспериментальный характер.
6. Методика проведения исследования (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов).
7. Результаты исследования. Краткое изложение новой информации, которую получил исследователь. Полезно привести основные количественные показатели и продемонстрировать их на используемых в процессе доклада графиках и диаграммах.
8. Выводы исследования. Умозаключения, сформулированные в обобщенной, конспективной форме. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. Выводы желательно пронумеровать: обычно их не более 4 или 5.

Продолжительность выступления обычно не превышает 10-15 минут.

При подготовке мультимедийной презентации студенты должны руководствоваться следующими требованиями:

1. Требования к содержанию информации
 - Заголовки должны привлекать внимание аудитории
 - Слова и предложения – короткие
 - Временная форма глаголов – одинаковая
 - Минимум предлогов, наречий, прилагательных
2. Требования к расположению информации
 - Горизонтальное расположение информации
 - Наиболее важная информация в центре экрана
 - Комментарии к картинке располагать внизу
3. Требования к шрифтам
 - Размер заголовка – не менее 24 пунктов, остальной информации – не менее 18 пунктов
 - Не более 2-3 типов шрифтов в одной презентации
 - Для выделения информации использовать начертание: полужирный шрифт, курсив или подчеркивание
4. Способы выделения информации
 - Рамки, границы, заливка
 - Различный цвет шрифта, ячейки, блока
 - Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов
 - Цвета для фона и шрифта должны контрастировать, например, фон — светлый, а шрифт – темный, или наоборот
5. Объем информации и требования к содержанию
 - На одном слайде не более трех фактов, выводов, определений

- Ключевые пункты отражаются по одному на каждом отдельном слайде
- Не стоит вставлять в презентации большие таблицы

Методические указания к реферату

Тему реферата магистранты выбирают самостоятельно. После выбора темы необходимо составить план и согласовать его с преподавателем.

Структура реферата: введение, 3 главы (в каждой 2-3 параграфа), заключение, список источников.

Оформление: общий объём 20-25 страниц формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала; верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Критерии оценки реферата

Критерии оценки	Степень выполнения			
	Отл.	Хор.	Уд.	Неуд.
Перечень и наименование разделов соответствует тематике реферата				
Содержание глав отражает основные проблемные вопросы темы				
Содержание реферата полностью раскрывает заявленную тему				
Реферат представляет собой комплексное изложение темы				
Использованные источники современны и репрезентативны				
Реферат содержит самостоятельные выводы				
Объем работы оптимален к содержанию				
Стиль изложения грамотный.				
Оформление соответствует установленным требованиям				

Методические указания к эссе

Эссе как форма научно-исследовательской работы направлена на активизацию учебно-познавательной деятельности, повышение интереса к предмету, развитие творческого начала и продуктивного, критического мышления магистранта. Это сочинение-рассуждение со свободной композицией, предполагает выражение автором своей точки зрения, личной субъективной оценки предмета рассуждения. Эссе предполагает анализ информации, его интерпретацию, построение рассуждений, сравнение фактов, подходов и альтернатив, формулировку выводов, личную оценку автора и т.п.

Структура эссе: введение, основная часть (может иметь разделы), заключение, список источников.

Оформление: общий объём 10-15 страниц формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала; верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Критерии оценки эссе

Критерии оценки	Степень выполнения			
	Отл.	Хор.	Уд.	Неуд.
обозначение круга научных понятий и теорий				
умение разделить эссе на смысловые части				
аргументация основных положений эссе				
сохранение логики рассуждений в развитии текста				
использование основных категорий анализа, выделение причинно-следственных связей				

применение аппарата сравнительных характеристик				
умение делать промежуточные и конечные выводы				
применение аппарата сравнительных характеристик				
понимание и правильное использование специальных терминов				
иллюстрация научных понятий соответствующими примерами				
способность дать субъективную оценку по исследуемой проблеме				
использованные источники современны и репрезентативны				

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) перечень литературы

Основная литература:

1. Организация и управление коммерческой деятельностью [Текст] : учеб. пособие / Д. В. Мирошников; рец.: О. В. Архипкин, А. Н. Федотов; Иркут. гос. ун-т, Междунар. ин-т экон. и лингвистики. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2017. - 179 с.; 20 см. - Библиогр.: с. 178-179. - ISBN 978-5-9624-1466-9.
2. Кузьмина, Евгения Евгеньевна. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров, для студ. вузов, обуч. по спец. 080301 "Коммерция (торговое дело)" и по напр. 080300.62 "Коммерция", 100700.62 "Торговое дело" / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юрайт, 2013. - (Бакалавр). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-2139-7
2. Чкалова, Ольга Владимировна. Торговое дело [Текст] : учеб. пособие / О. В. Чкалова. - 2-е изд., перераб. - М. : Эксмо, 2010. – 25 экз.

Дополнительная литература:

1. Арустамов, Эдуард Александрович. Организация предпринимательской деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Э. А. Арустамов, А. Н. Пахомкин, Т. П. Митрофанова. - 2-е изд., испр. - М. : Дашков и К', 2008. – 1 экз.
2. Денисова, Надежда Ивановна. Коммерческая деятельность предприятий торговли [Текст] : учеб. пособие / Н. И. Денисова. - М. : Магистр : Инфра-М, 2011. – 1 экз.
3. Мирошников, Дмитрий Васильевич. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. В. Мирошников ; Иркутский гос. ун-т, Науч. б-ка. - Электрон. текстовые дан. - Иркутск : ИГУ, 2012.
4. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебник / А. И. Базилевич [и др.] ; ред. В. Я. Горфинкель. - М. : Проспект, 2010. – 19 экз.
5. Памбухчиянц, Ольга Валерьевна. Организация коммерческой деятельности [Текст] : учебник / О. В. Памбухчиянц. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2007. – 1 экз.
6. Прокушев, Евгений Федорович. Внешнеэкономическая деятельность : учебник / Е. Ф. Прокушев. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Дашков и К', 2008. – 1 экз.
7. Чурсин, Александр Александрович. Внешнеэкономическая деятельность организации [Текст]: учеб. для студ. вузов, обуч. по направл. подготовки 38.04.01 "Экономика" / А. А. Чурсин, С. Ю. Муртузалиева. - М.: Инфра-М, 2018. - 331 с.; 21 см. - (Высшее образование. Магистратура). - Библиогр.: с. 325-328. - ISBN 978-5-16-013219-8
8. Щепина, Светлана Владиславовна. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. В. Щепина ; Иркутский гос. ун-т, Науч. б-ка. - ЭВК. - Иркутск: ИГУ, 2010.
9. Экономика и организация деятельности торгового предприятия [Текст]: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / Под ред. А.Н. Соломатина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2003. - 291 с.; 22 см. - (Высшее образование). - ISBN 5-16-001216-8

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 1) <http://www.aup.ru/library/> Административно-управленческий портал (электронная библиотека деловой литературы и документов).
- 2) <http://www.grandars.ru/> – Энциклопедия экономиста: информации для студентов экономических специальностей, специалистов по экономике, маркетингу, банковскому делу.
- 3) www.modern-econ.ru – сайт информации для специалистов по экономике и маркетингу.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<i>Специальные помещения:</i> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Аудитория укомплектована специализированной мебелью для учебной аудитории на 38 рабочих мест и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: набором демонстрационного оборудования: экран настенный – 2x2м, мобильный мультимедийный демонстрационный комплекс: проектор переносной – Epson EB-X24, ноутбук Lenovo B590 (Intel Core i3); учебно-наглядными пособиями (электронными презентациями), обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «История и методология экономической науки».
Учебные аудитории для самостоятельной работы.	Аудитория укомплектована специализированной мебелью для компьютерного класса на 19 рабочих мест и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета: 19 компьютеров (AMD A8); 1 компьютер оператора (AMD Athlon64); МФУ – Canon Ir1133.
	Аудитория укомплектована специализированной мебелью для компьютерного класса на 11 рабочих мест и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета: 11 компьютеров (AMD Athlon64); 1 компьютер оператора (AMD A8).
	Аудитория укомплектована специализированной мебелью для читального зала на 40 рабочих мест. Обеспечена возможность беспроводного доступа к сети Интернет (через Wi-Fi.), в том числе с личных ноутбуков.

6.2. Программное обеспечение:

- 1)интегрированная среда разработки NetBeans IDE 8 и выше (распространяется бесплатно, LGPLv2.1, GPLv2 with Classpatch exception);
- 2)браузер Google Chrome (распространяется бесплатно, Freeware under Google Chrome Terms of Service);
- 3)Mozilla Firefox (распространяется бесплатно, Mozilla Public License, GNU GPL и GNU LGPL);
- 4)базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
<http://library.isu.ru/> – Научная библиотека ИГУ.

6.3. Технические и электронные средства обучения:

В качестве необходимого оборудования для проведения практических занятий, лекций, а также для выступления студентов с подготовленными докладами используется мультимедийное оборудование.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При чтении лекций используются объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической). При проведении практических занятий применяются активные и интерактивные методы: разбор конкретных ситуаций (кейсы)- темы 7, 8; решение ситуационных задач - темы 4.5; дискуссии – тема 3; «круглые столы» - тема 6.

Удельный вес занятий в активных и интерактивных формах должен составлять не менее 25%.

Наименование тем занятий с указанием форм/ методов/ технологий обучения

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы/технологии дистанционного, интерактивного обучения	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Цели, задачи, предмет, основные понятия дисциплины.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
2	Основы теории операционной деятельности предприятия.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
3	Оптовые предприятия, их виды и функции.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
4	Операционная деятельность по оптовым закупкам товаров.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
5	Операционная деятельность по оптовой продаже товаров.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуж-	8

			дение материала, подведение итогов	
6	Инфраструктура розничной торговли.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	12
7	Организация операций торгового обслуживания и продажи товаров на предприятиях розничной торговли.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
8	Операционная деятельность по организации товароснабжения розничных торговых предприятий.	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция, выступление с докладами, презентация, обсуждение материала, подведение итогов	8
	Итого			68

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы (ОМ):

8.1. Оценочные средства для входного контроля могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами.

Демонстрационный вариант тестов

1. Более широким понятием является:
 - А) коммерция;
 - Б) предпринимательство.
2. Коммерческая деятельность может осуществляться неторговым предприятием:
 - А) да;
 - Б) нет.
3. К коммерческим процессам относятся:
 - А) погрузка и разгрузка товаров;
 - Б) хранение товаров;
 - В) сортировка товара;
 - Г) заключение договора на поставку товара;
 - Д) все ответы верны.
3. Какие сведения могут относиться к коммерческой тайне:
 - А) устав предприятия;
 - Б) лицензия на право заниматься предпринимательской деятельностью;
 - В) информация о заработной плате и условиях труда;
 - Г) договоры с поставщиками;
 - Д) сведения о доходах, расходах и прибыли.
4. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:
 - А) направления продавцом предложения (оферты) заключить договор;
 - Б) оформления договора в письменном виде;
 - В) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта.
5. Считается ли договор заключенным в письменной форме путем обмена документами по телефаксной сети:
 - А) да;
 - Б) нет.
6. Заключенный договор может быть расторгнут:
 - А) да;

Б) нет.

7. Интересы покупателя в большей степени гарантирует:

- А) инкассовая форма расчета;
- Б) аккредитивная форма расчета.

8. Под сроком поставки товара понимается:

- А) момент, когда продавец обязан передать товар в собственность покупателя;
- Б) время, в которое покупатель обязан полностью оплатить товар;
- В) дата подписания приемо-сдаточного акта комиссией заказчика.

9. Условия поставки СИФ (CIF) предусматривают:

- А) поставку товара со склада продавца;
- Б) страхование товара покупателем;
- В) страхование товара продавцом;
- Г) доставку товара на склад покупателя.

11. Розничная продажа отличается от оптовой:

- А) нет отличий;
- Б) продажей товаров мелкими партиями;
- В) продажей товаров населению для личного потребления.

12. Оптовая ярмарка отличается от выставки:

- А) эпизодичностью проведения;
- Б) организацией проведения;
- В) целями организации.

13. На оптовой ярмарке продаются:

- А) любые товары;
- Б) технически сложные товары;
- В) стандартизированные товары.

14. Что из перечисленного не является способом контроля над предпринимательскими рисками?

- А) страхование;
- Б) получение лицензии на право заниматься предпринимательской деятельностью;
- В) хеджирование.

15. Какие посредники получают за свои услуги комиссионное вознаграждение?

- А) дилеры;
- Б) дистрибьюторы;
- В) агенты.

8.2. Оценочные средства текущего контроля

Тесты текущего контроля разрабатываются преподавателем по каждой теме.

В качестве таких оценочных средств могут использоваться тесты с открытыми вопросами (I типа) и закрытыми вопросами (одновариантные и многовариантные, II типа), контрольные (расчетные) задачи, а также ситуационные задачи, моделирующие работу торговых предприятий.

Тесты I типа включают: задания свободного изложения и задания – дополнения.

Свободно-конструируемые задания предполагают свободные ответы по сути задания. На ответы не накладываются ограничения, но формулировки задания должны обеспечить наличие только одного правильного ответа.

Задания-дополнения (задачи с ограничением на ответы) предполагают самостоятельную формулировку ответов студентами, но их возможности ограничены.

Тесты II типа включают задания альтернативных ответов, множественного выбора, на восстановление соответствия, на восстановление последовательности.

Задания альтернативных ответов – к каждой задаче дается только два варианта ответа, студент должен выбрать один из них.

Задания множественного выбора – студент должен выбрать несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Задания на соответствие – в них необходимо восстановить соответствие между

элементами двух списков.

Задания на восстановление последовательности – используются там, где присутствуют алгоритмическая деятельность или временные события

Демонстрационный вариант тестов 1 типа

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

2. Устойчивость и стратегическую стабильность потребительского рынка гарантируют оптовые предприятия ... уровня

3. С учетом создаваемых режимов хранения склады подразделяют на ... и ...

4. Торговая сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях, называется...

5. Минимаркеты относятся к предприятиям ... значения

6. Торгово- ... процесс – это последовательность операций, обеспечивающих процесс купли-продажи товаров и товародвижения.

7. ...товародвижение определяется количеством складских звеньев, через которые проходит товар при его продвижении от производителя к потребителю.

Демонстрационный вариант тестов 11 типа

1. Принципы рациональной организации процесса товародвижения заключаются...

а) в применении кратчайших путей движения товаров

б) установлении оптимальной формы товародвижения

в) совершенствовании торговой сети

г) электронизация торговых операций

д) внедрении прогрессивных технологий торгового обслуживания

2. Структуры, входящие в число организаторов оптового оборота, - это...

а) оптовые ярмарки

б) предприятия-брокеры

в) комиссионеры

г) аукционы

д) оптовые продовольственные рынки

е) торговые агенты

3. Установите соответствие между основными признаками классификации магазинов и их характеристиками:

1. по формам товарной специализации	а) местного значения
2. по характеру размещения на территории населенного пункта	б) городского значения
3. по размерам торговой площади	в) мелкие
	г) средние
	д) крупные
	е) крупнейшие
	ж) универсальные
	з) специализированные
	е) неспециализированные

4. Установите последовательность типов магазинов в порядке уменьшения минимального размера их торговой площади

а) продукты

б) магазин-склад

в) универмаг

г) гипермаркет

д) дом торговли

е) универсам

5. Установите соответствие между типами магазинов и ассортиментом, продаваемых в них товаров

1. Гипермаркет	а) универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров
2. Универмаг	
3. Универсам	б) универсальный ассортимент продовольственных товаров и

4.Магазин-склад	широкий ассортимент непродовольственных товаров частого спроса в) универсальный ассортимент непродовольственных товаров г) ассортимент, соответствующий специализации магазина д) универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров
5.Специализированный магазин	

Ситуационные задачи (мини - кейсы)

К оценочным средствам текущего контроля относятся также мини - кейсы. Постановка проблемных вопросов или заданий в них позволяет выявить сформированность определенных компетенций.

Вопросы

1. Какими критериями Вы будете руководствоваться при выборе автоматизированной системы управления? Изложите их в последовательности по их значимости.
2. Объясните взаимосвязь системы размещения оборудования в торговом зале супермаркета с управлением движением покупателей в магазине. За счет каких факторов достигается свободная циркуляция покупательских потоков в магазине?
3. Объясните, как отражается в проектировании направленность пешеходных потоков. Покажите это на примере.
4. Охарактеризуйте типы планировок торгового зала магазинов, возможности их использования, основные особенности.
5. Изложите порядок и последовательность действий при планировке торгового зала магазина. Дайте обоснование необходимости каждой стадии при проведении этой работы.
6. Дайте классификацию оптовых предприятий, принятой в России и за рубежом. Что общего и в чем различие в этой классификации.
7. Обоснуйте, как следует проводить оценку необходимости изменений в планировку существующих магазинов.
8. Обоснуйте основные направления развития сети предприятий розничной торговли.
9. Какими критериями следует руководствоваться при определении оптимального местоположения оптовой организации .
10. Обоснуйте основные направления развития сети предприятий оптовой торговли.

Пример ситуационной задачи

Кейс 1. Выбор места для размещения магазина

Изучение практики размещения предприятий розничной торговли на территории городских поселений позволило выявить факторы, влияющие на выбор места для магазина (таблица 1).

Таблица 1 Факторы, влияющие на выбор места для магазина

Тип места
Насколько близко оно расположено к целевому рынку? Подходит ли этот тип места для магазина? Каково состояние этого места? Какова область торговли в этом месте?
Доступность
Как выглядит схема дорог и дорожных условий вокруг данного места? Есть ли поблизости естественные и искусственные барьеры? Хорошо ли видно это место с улицы? Сбалансировано ли дорожное движение (оно должно быть не слишком активным, но и не слишком вялым)? Сбалансировано ли количество парковочных мест (их должно быть не слишком много, но и не слишком мало)? Сбалансировано ли количество автомобилей и пешеходов (их должно быть не слишком много, но и не слишком мало)? Просто ли въехать на стоянку и выехать с нее?

Преимущества расположения в торговом центре
Есть ли рядом важные для покупателей магазины?
Будут ли соседи конкурировать/способствовать работе магазина?
Условия аренды
Кому более выгодны условия договора аренды: арендатору и арендодателю?
Подходит ли тип аренды для розничного торговца?
Правовые аспекты
Соответствует ли место законам об обслуживании инвалидов (если таковые законы имеются)?
Соответствует ли место природоохранным стандартам?
Соответствует ли магазин районированию места?
Соответствует ли место архитектурным требованиям?
Соответствуют ли наружные знаки и указатели архитектурным требованиям, районированию и требованиям руководства торгового центра?
Сможет ли магазин получить специальные лицензии (например на торговлю алкогольными напитками)?

Задание:

1. Дайте характеристику указанным факторам.
2. Проанализируйте и дайте объяснение влияния месторасположения конкретного магазина (по выбору студента или преподавателя) на его конкурентоспособность.
3. Определите, какие еще факторы должны быть учтены при выборе места расположения магазина с учетом местных условий.

Значения рейтинговых баллов

№ п/п	Вид учебной работы	Баллы	Максимум за семестр
1	Ведение конспекта лекций и работа с ним	0-5	5
2	Ответы на вопросы на практическом занятии	2	22
3	Презентация по заданной теме	0-6	6
5	Выполнение контрольной работы	0-4	12
6	Сдача теста	0-3	15
	Всего за семестр		60

8.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

По дисциплине «Организация торговой деятельности проводится экзамен

Примерный список вопросов к экзамену

1. Основные понятия: «Организация производства», «торговые процессы», «розничная торговля», «оптовая торговля», «операции и процедуры в торговле».
2. Основные функции процессов организации деятельности предприятия.
3. Организация операций и процедур как объект управления и системы управления.
4. Количественные и качественные показатели, характеризующие эффективность операций в системе управления.
5. Предприятие торговли как хозяйствующий субъект Сфера функционирования торгового предприятия на потребительском рынке.

на потребительском рынке.

6. Оптовая торговля: сущность, функции, особенности функционирования, современное состояние и перспективы развития.

7. Виды и типы оптовых предприятий, функции и их роль в организации процессов товародвижения.

8. Особенности развития оптовой торговли в мировом экономическом пространстве.

9. Оптовые предприятия общенационального масштаба и регионального уровня. Независимые оптовики, торгово-посреднические структуры, организаторы оптового оборота.

10. Организация закупочной деятельности на оптовом предприятии. Сущность процессов закупочной работы, источники поставок товаров.

11. Основные критерии выбора поставщиков. Операции по организации закупок товаров и оценка её эффективности (на оптовом и розничном предприятии).

12. Факторы, влияющие на закупочную работу торгового предприятия и её эффективность (на оптовом предприятии, в розничной торговле).

13. Операции по организации оптовой продажи товаров и оценка их эффективности.

14. Источники поставок товаров в розничную сеть, процессы по их изучению и выбор.

15. Коммерческие риски в торговле и пути их снижения.

16. Договоры в торговле, операции и процедуры по заключению договоров на поставку товаров и их экономическое обоснование

17. Договоры поставки товаров: их сущность, порядок заключения и расторжения договоров поставки.

18. Процессы организации закупок на оптовых ярмарках.

19. Классификация оптовых предприятий, роль отдельных видов и типов оптовых предприятий в организации процессов товародвижения.

20. Организация процессов товароснабжения розничных торговых предприятий (на конкретном примере).

21. Современные направления развития сети предприятий розничной торговли.

22. Классификации предприятий розничной торговли: признаки классификации, типы и виды предприятий.

23. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия.

24. Операции по разработке планаграммы рационального размещения товаров в торговом зале магазина с позиции мерчандайзинга.

25. Операции по организации и технологии розничной продажи товаров (на примере конкретного магазина).

26. Основы формирования инфраструктуры розничной торговли

27. Формы торгового обслуживания и методы продажи товаров.

28. Правила продажи отдельных видов товаров.

29. Продажа товаров по особым правилам: по образцам, продажа товаров в кредит, продажа товаров длительного пользования, продажа алкогольной продукции и табачных изделий.

30. Организационные операции торгового обслуживания покупателей и пути их совершенствования.

31. Современные формы и методы торгового обслуживания и их эффективность.

32. Организация государственного контроля за торговлей.

33. Организационные операции по анализу и оценке культуры и качества торгового обслуживания населения.

34. Анализ состояния и обоснование перспективных направлений развития оптовой торговли.

35. Автоматизации процессов продажи товаров (вендинга).

36. Внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, основанных на мерчандайзинговом подходе.

37. Анализ места расположения магазина и оценка его потенциала.

38. Выбор оптимального типа торгового центра для конкретной территории.

39. Операции по организации закупок товаров и оценка её эффективности (на оптовом и розничном предприятии).

40. Факторы, влияющие на закупочную работу торгового предприятия и её эффективность (на оптовом предприятии, в розничной торговле).

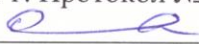
Разработчик:


(подпись)

доцент Мирошников Д.В.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по профилю подготовки «Расчетно-экономический».

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и торговой политики МИЭЛ ИГУ «14» мая 2021 г. Протокол № 8.

Зав. кафедрой  проф. О. В. Архипкин

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.