



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра экономики и торговой политики

УТВЕРЖДАЮ
Директор МИЭЛ  О. В. Архипкин

«27» апреля 2022г.



Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины – **Б1.В.17 ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Направление подготовки – **38.03.06 «Торговое дело»**

Профиль подготовки – **Расчетно экономический**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **очная с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий**

Согласовано с УМК МИЭЛ:

Протокол № 3 от «2» марта 2022 г.

Председатель  Е. В. Крайнова

Рекомендовано кафедрой:

Протокол № 6 от «1» марта 2022 г.

Зав. кафедрой  О. В. Архипкин

Иркутск 2022 г.

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	6
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень практических занятий	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	15
4.5. Примерная тематика курсовых работ	16
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
а) перечень литературы	
б) периодические издания	
в) список авторских методических разработок	
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	18
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	
6.2. Программное обеспечение:	
6.3. Технические и электронные средства обучения:	
VII. Образовательные технологии	19
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью изучения дисциплины «Организация, технология и проектирование предприятий» является получение студентами, обучающимися по направлению 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Расчетно-экономический», необходимых знаний, умений и навыков ведения хозяйственной жизни предприятия, в зависимости от отрасли и сферы применения.

Задачами изучения дисциплины являются:

Получить теоретические знания в области современных методов организации торговых процессов в розничных и оптовых предприятиях;

сформировать знания и практические навыки в области организации обслуживания покупателей на предприятиях торговли;

научить методам проектирования и моделирования основных, вспомогательных и обслуживающих процессов на предприятиях торговли.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка» изучается на 4 курсе, в 7 семестре.

Успешное освоение дисциплины предполагает наличие у студентов знаний и компетенций по дисциплинам: «Финансы», «Бухгалтерский учёт», «Ценообразование», «Налоги и налоговая система».

Знания, полученные в результате изучения дисциплины «Организация, технология и проектирование предприятий», будут необходимы для итоговой аттестации (государственного экзамена) и для написания выпускной квалификационной работы.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»:

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	ИДК _{ПК 1.1} Проводит сбор и обработку исходных данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	<p>Знать: директивные и нормативные акты, регламентирующие различные стороны функционирования торговых предприятий в рыночной экономике.</p> <p>Уметь: анализировать и обобщать происходящие изменения в организации и технологии оптовой и розничной торговли; моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых предприятий.</p> <p>Владеть: методами планирования и размещения розничной торговой сети; методами и приемами организации торгового и дополнительного обслуживания покупателей; методами расчета экономической эффективности использования различных технологических схем при товароснабжении розничной сети; методами определения социально-экономической эффективности использования современных форм продажи товаров.</p>
	ИДК _{ПК 1.2} Проводит мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей торговой организации	<p>Знать: теоретико-методологические основы технологии, технического оснащения и проектирования предприятий торговли; основы организации проектирования, капитального строительства и ремонта торгового предприятия</p> <p>Уметь: рассчитывать экономическую эффективность функционирования материально-технической базы оптовой и розничной торговли; рассчитывать экономическую эффективность создания и внедрения новой техники и технологии в торговле.</p> <p>Владеть: методикой расчетов потребности в конкретных видах торгово-технологического оборудования; методикой расчета экономической эффективности внедрения новой техники; методами оценки результатов технической оснащенности предприятия, влияющих на показатели его коммерческой деятельности.</p>

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 40 часа.

Из них 34 часов – практическая подготовка.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

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; Форма промежуточной аттестации
					Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
					Лекции	Практические занятия	Консультации		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Раздел 1. Основы построения процессов товародвижения	7			2	2		2	
2	Раздел 2. Организация, технология и техническое оснащение предприятий оптовой торговли.	7							Опрос, тест
3	2.1 Оптовые торговые структуры.	7			2	2		2	Опрос, тест
4	2.2 Товарные склады, их устройство и планировка.	7			2	2		2	Опрос, тест
5	2.3 Организация и технология складских процессов. Техническая оснащенность складов.	7			2	2		2	

6	2.4 Управление торгово-технологическим процессом на складе.	7			2	2		2	
7	Раздел 3. Организация, технология и техническое оснащение предприятий розничной торговли.	7							Опрос, тест
8	3.5 Сущность, роль и функции розничной торговли. Розничная торговая сеть.	7			2	2		4	Опрос, тест
9	3.6 Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли. Торгово-технологическое оборудование.	7			4	4		2	Опрос, тест
10	3.7 Торговое обслуживание населения.	7			2	2		4	Опрос, тест
11	3.8 Управление торгово-технологическим процессом в магазине.	7			4	4		4	
12	Раздел 4. Тары и тарные операции в торговле.	7			2	2		2	Опрос, тест
13	Раздел 5. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.	7			2	2		4	
14	Раздел 6. Основы технологического проектирования предприятий торговли. Организация строительства, реконструкции и ремонта предприятий торговли.	7			8	8		10	
									<i>зачет</i>
	ИТОГО		108		34	34		40	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Тема 1	Факторы, оказывающие влияние на организацию процесса товародвижения.	1 неделя семестра	2	презентация доклада по выбранной теме	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 2	Виды и типы оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения. Назначение и функции складов, их классификация.	2-неделя	2	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 3	Технология приемки товаров по количеству и качеству. Управление товарными запасами.	3-4 недели	4	презентация доклада по выбранной теме	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 4.	Планирование и размещение розничных торговых предприятий в городской застройке. Технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине.	5-6 недели	4	презентация доклада по выбранной теме	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 5.	Системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров. Ассортимент товаров, товарные покупательские потоки.	7-8 недели	4	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 6.	Роль тары и упаковки в торгово-технологическом процессе.	9 неделя	2	презентация доклада по выбранной теме	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
8	Тема 7.	Формирование ассортимента.	10 неделя	4	презентация доклада по выбранной теме	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы

Семестр	Темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Тема 8	Организация закупок и поставок.	11-12 недели	4	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
9	Тема 9	Формы снабжения. Оперативное планирование товароснабжения.	13 неделя	4	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
10	Тема 10	Общие принципы проектирования.	14-15 недели	5	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
11	Тема 11	Нормативная документация по проектированию и строительству предприятий.	16-17 недели	5	презентация доклада по выбранной теме, тест	Курс в системе Educa, в соответствии со списком рекомендованной литературы
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				40		

4.3. Содержание учебного материала

Раздел 1. Основы построения процессов товародвижения

Понятие, цель, основные участники процесса товародвижения. Факторы, оказывающие влияние на организацию процесса товародвижения. Принципы рационального построения процесса товародвижения.

Раздел 2. Организация, технология и техническое оснащение предприятий оптовой торговли.

Тема 1. Сущность, роль и функции оптовой торговли. Оптовые торговые структуры.

Сущность, роль и функции оптовой торговли в условиях рыночной экономики. Виды и типы оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения. Виды предприятий оптовой торговли в мировой экономике.

Тема 2. Товарные склады, их устройство и планировка.

Назначение и функции складов, их классификация. Виды складских помещений, их планировка. Определение потребности в складской площади и емкости складов. Технологические процессы на складах.

Тема 3. Организация и технология складских процессов. Техническая оснащенность складов.

Структура складского технологического процесса. Факторы, определяющие содержание и объем технологического процесса на складе. Принципы его организации.

Технология приемки товаров по количеству и качеству. Технология размещения, укладки и хранения товаров. Технологии отпуска товаров со склада.

Оборудование для хранения товаров. Подъемно-транспортное оборудование. Весоизмерительное и фасовочное оборудование. Классификация различных видов оборудования. Методика расчета потребности в нем.

Тема 4. Управление торгово-технологическим процессом на складе.

Предметы управления торгово-технологическим процессом. Управление товарными запасами. Управление ассортиментом товаров. Управление товарными потоками. Управление покупательскими потоками. Управление процессом обслуживания покупателей.

Раздел 3. Организация, технология и техническое оснащение предприятий розничной торговли.

Тема 5. Сущность, роль и функции розничной торговли. Розничная торговая сеть.

Функции розничной торговли. Принципы построения розничной торговой сети; ее классификация. Классификация розничных торговых предприятий. Планирование и размещение розничных торговых предприятий в городской застройке. Перспективные направления развития розничной торговой сети.

Тема 6. Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли. Торгово-технологическое оборудование.

Факторы, влияющие на структуру торгово-технологического процесса. Структурные части торгово-технологического процесса в магазине, их характеристика.

Принципы построения торгово-технологического процесса в магазине. Технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине. Технология хранения и

подготовки товаров к продаже. Размещение и выкладка товаров в торговом зале. Технология розничной продажи товаров.

Мебель для торговых залов магазинов. Ее классификация по различным признакам. Требования, предъявляемые к мебели для торговых помещений магазина.

Торговый инвентарь; его классификация по различным признакам.

Торговое холодильное оборудование; его классификация. Торговое измерительное оборудование; контрольно-кассовое оборудование. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов. Принципы выбора.

Тема 7. Торговое обслуживание населения.

Формы торгового обслуживания покупателей. Методы продажи товаров. Классификация услуг розничной торговли и предъявляемые к ним требования.

Системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров. Качество торгового обслуживания. Правила продажи отдельных видов товаров. Защита прав потребителей.

Тема 8. Управление торгово-технологическим процессом в магазине.

Предметом управления в магазине являются товарные запасы, ассортимент товаров, товарные покупательские потоки, трудовой процесс и качество обслуживания покупателей.

Раздел 4. Тары и тарные операции в торговле.

Роль тары и упаковки в торгово-технологическом процессе. Классификация, унификация и стандартизация тары.

Раздел 5. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.

Определение экономической категории «товароснабжение». Формы снабжения. Оперативное планирование товароснабжения. Методы определения частоты и партионности завоза товаров в магазины. Формы доставки и методы завоза товаров в магазины.

Содержание транспортно-экспедиционных операций. Графики завоза товаров. Маршруты завоза. Планирование и диспетчеризация перевозок товаров.

Раздел 6. Основы технологического проектирования предприятий торговли. Организация строительства, реконструкции и ремонта предприятий торговли.

Виды проектов. Общие принципы проектирования. Нормативная документация по проектированию и строительству предприятий. Этапы проектирования. Техно-экономическое обоснование проектирования и строительства. Техно-экономические расчеты. Стадийность проектирования. Экспертиза проектов и смет на строительство.

Способы строительства предприятий торговли. Договора подряда. Этапы приемки построенных объектов. Порядок реконструкции и ремонта предприятий торговли.

4.3.1. Перечень практических занятий

№ п/н	№ Раздела и темы	Наименование практических работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7

1	Тема 1	Факторы, оказывающие влияние на организацию процесса товародвижения.	2		тестирование, устный опрос	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
2	Тема 2	Виды и типы оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения. Назначение и функции складов, их классификация.	2		тестирование, контрольная работа	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
3	Тема 3	Технология приемки товаров по количеству и качеству. Управление товарными запасами.	4		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
4	Тема 4.	Планирование и размещение розничных торговых предприятий в городской застройке. Технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине.	4		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
5	Тема 5.	Системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров. Ассортимент товаров, товарные покупательские потоки.	2		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
6	Тема 6.	Роль тары и упаковки в торгово-технологическом процессе	4		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
7	Тема 7.	Формирование ассортимента.	2		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
8	Тема 8	Организация закупок и поставок.	4		тестирование, контрольная работа	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
9	Тема 9	Формы снабжения. Оперативное планирование товароснабжения.	2		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
10	Тема 10	Общие принципы проектирования.	5		устный опрос, тест	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
11	Тема 11	Нормативная документация по проектированию и строительству предприятий.	5		тестирование, контрольная работа	ИДК _{ПК} 3.1 ИДК _{ПК} 3.2
	Итого		34			

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Основы построения процессов товародвижения	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
2	Тема 2. Оптовые торговые структуры.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
3	Тема 3. Товарные склады, их устройство и планировка.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
4	Тема 4. Управление торгово-технологическим процессом на складе.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
5	Тема 5. Сущность, роль и функции розничной торговли. Розничная торговая сеть.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
6	Тема 6. Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли. Торгово-технологическое оборудование.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}

7	Тема 7. Торговое обслуживание населения.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
8	Тема 8. Управление торгово-технологическим процессом в магазине.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
9	Тема 9. Тары и тарные операции в торговле.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
10	Тема 10. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}
11	Тема 11. Основы технологического проектирования предприятий торговли. Организация строительства, реконструкции и ремонта предприятий торговли.	Изучение материала по данной теме для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к практическому занятию, подготовка доклада по выбранной теме	ПК-1	ИДК _{ПК 1.1} ИДК _{ПК1.2}

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Темы для самостоятельного изучения теоретического материала

Во время самостоятельной работы студенты выполняют следующие виды работ:

- проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе);
- работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- подготовка докладов с мультимедийной презентаций для выступления на практических занятиях.

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 (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 презентации графиках и диаграммах.
8. Выводы исследования. Умозаключения, сформулированные в обобщенной, конспективной форме. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции.

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

4.4. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены Учебным планом.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) перечень литературы

- 1) Косолапова, Марина Валентиновна, Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Дашков и К, 2016. - 248 с. - ЭБС "Лань". - неогранич. доступ. - Библиогр.: с. 238. - ISBN 978-5-394-00588-6 :
- 2) Бугорский, Владимир Павлович, Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. П. Бугорский. - Электрон. текстовые дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Internet access. - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-9313-4
- 3) Хруцкий, Валерий Евгеньевич, Внутрифирменное бюджетирование. Семь практических шагов [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / В. Е. Хруцкий, Р. В. Хруцкий. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 205 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-07602-8
- 4) Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг [Электронный ресурс] : метод. указ. по выполнению выпуск. квалифик. работы. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
- 5) Актуальные вопросы экономической науки [Текст] : научное издание / О. В. Архипкин [и др.] ; рец.: Н. Я. Калюжнова, Г. Н. Берегова ; Иркут. гос. ун-т,

Междунар. ин-т экономики и лингвистики. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2013. - 350 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 336-349. - ISBN 978-5-9624-0929-0

- б) Организация, технология и проектирование торговых предприятий [Текст] : учеб. для студ. вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 7-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2006. - 516 с. : ил. ; 21 см. - ISBN 5-94798-958-1 : 250.00 р.

б) периодические издания

- 1) Журнал «Мотивация и оплата труда» <http://grebennikon.ru/journal-24.html>
- 2) Журнал «Управление корпоративной культурой» <http://grebennikon.ru/journal-27.html>
- 3) Журнал «Управление развитием персонала» <http://grebennikon.ru/journal-25.html>
- 4) Журнал «Управление человеческим потенциалом» <http://grebennikon.ru/journal-26.html>
- 5) Журнал «Эксперт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.expert.ru>
- б) Печатные журналы в едином фонде НБ ИГУ: «Российское предпринимательство», «Экономика региона»;

в) список авторских методических разработок

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- 1) Информационно-правовое обеспечение Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
- 2) Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
- 3) РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) <http://www.rbc.ru>
- 4) Мировая экономика и международные отношения (МЭ и МО) (<http://www.imemo.ru>)
- 5) Эксперт (<http://www.expert.ru>)
- 6) <http://www.ecsocman.edu.ru> – Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ – учебные материалы.
- 7) Эксперт (<http://www.expert.ru>)
- 8) Образовательный портал ИГУ, учебные материалы, <http://www.id.isu.ru>
- 9) www.advertisingmagazine.ru,
- 10) www.advertisingandlife.ru ,
- 11) www.repiev.ru,
- 12) www.outdoormedia.ru

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
Специальные помещения: 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 36 рабочих мест и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: набором демонстрационного оборудования: экран настенный – ScreenMedia 180x180; проектор – BenQ MX661; ноутбук Asus X59SL (Intel Core2Duo); учебно-наглядными пособиями (электронными презентациями), обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Рекламная деятельность».
Учебные аудитории для самостоятельной работы.	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

Операционная система Windows, приложения Microsoft Office, Google-приложения, Jamboard, Miro, Zoom.

6.3. Технические и электронные средства

На образовательном портале Иркутского государственного университета <https://educa.isu.ru/> размещены презентации лекций и тесты для контроля знаний по всем темам дисциплины, ссылки на видеоматериалы.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Рекламная деятельность» используются образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы. Стандартные методы обучения: лекции; практические занятия, на которых проводятся устный опрос; тестирование; входной контроль (диагностическое тестирование); выполнение контрольной работы; самостоятельная работа студентов, в которую входит работа с литературой (подготовка к устному опросу) и нормативными источниками, подготовка к контрольной работе, тестированию, входному контролю (диагностическому тестированию); заданий к интерактивной лекции. Методы обучения с применением интерактивных форм: Лекция-визуализация – форма проведения лекционного занятия, в ходе которой активизация процесса обучения происходит за счет наглядности изложения изучаемого материала, когда перед аудиторией ставятся различные проблемные задачи, вопросы, раскрываются противоречия, побуждающие совместно искать подходы к их решению. В лекции-визуализации передача информации сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в том числе иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов). Лекция с разбором конкретных ситуаций. Изложение ситуации содержит достаточную информацию для оценки характерного явления и его обсуждения. Обсуждение ситуаций, как правило, происходит коллективно и заканчивается анализом и необходимыми выводами. Лекция-диалог – предполагает передачу учебного содержания через серию вопросов, на которые обучающийся должен отвечать непосредственно в ходе лекции

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы (ОМ):

8.1.1. Оценочные материалы для входного контроля - в виде тестов, например:

Тест № 1.

1. Преимущество прямых связей в розничной торговле:
 - a) децентрализованная доставка товаров
 - b) ритмичность товарооборота
 - c) формирование торгового ассортимента
 - d) сокращение издержек обращения
2. Объекты коммерческой деятельности, косвенно участвующие в производстве продукции:
 - a) сырье
 - b) материалы
 - c) здания и сооружения
 - d) полуфабрикаты
3. Наиболее значимый показатель качества услуг с точки зрения потребителей:
 - a) надежность выполнения услуги
 - b) вежливость обслуживающего персонала
 - c) индивидуальный подход к потребителю
 - d) возможность увидеть оборудование
4. Отличительный признак торгово-посреднических организаций:
 - a) финансирование коммерческих организаций
 - b) операции по перепродаже товаров
 - c) транспортировка
 - d) техобслуживание
5. Цель разработки товарной политики предприятия оптовой торговли:

- производство товаров в соответствии с заказом
формирование структуры ассортимента в соответствии со спросом
определение объемов продажи товаров и прибыли
анализ потребительского спроса
6. Основной источник дохода организатора выставки и ярмарки:
 - a) торгово-посреднический процент от совершения сделок
 - b) плата за сервисные услуги
 - c) стоимость экспозиционных мест
 - d) плата за рекламу
 7. Понятие комплектности товара:
 - a) определенный набор товаров
 - b) определенная группа товаров
 - c) определенный вид товаров
 - d) товар с комплектующими деталями или запасными частями
 8. Показатель, выражающий экономический эффект коммерческой организации:
 - a) прибыль
 - b) рентабельность товарооборота
 - c) товарооборот на одного работника
 - d) товарооборот на 1 кв.м. торговой площади магазина
 9. Цель оценки риска коммерческой деятельности:

выявление внутренних и внешних факторов, влияющих на конкретный вид риска
анализ выявленных факторов
расчет эффективности и определение финансовой состоятельности проекта
установление допустимого уровня и границ риска
 10. Зачисление средств на расчетный счет поставщика с аккредитива осуществляется после:
 - a) заявления на аккредитив покупателем в банк покупателя
 - b) депонирования средств на аккредитиве в банке поставщика
 - c) извещения банком поставщика об аккредитиве
 - d) отгрузки товаров и предоставления документов, подтверждающих отгрузку
 11. Значение проведения выставок и ярмарок для производителя:

установление связей с потенциальными клиентами
ознакомление в короткие сроки с предложением товаров
получение консультации у специалистов
сопоставление цен и характеристик товаров
 12. Операция при продаже товара методом самообслуживания, выполняемая торговым персоналом:
 - a) ознакомление покупателя с товарами
 - b) определение намерений покупателя
 - c) предложение товара покупателю
 - d) расчет с покупателем и выдача покупки
 13. Показатель, характеризующий результативность коммерческой деятельности торгового предприятия:
 - a) валовой доход
 - b) прибыль от реализации товаров
 - c) издержки обращения
 - d) норматив товарных запасов
 14. Основная функция персонала службы сбыта производственного предприятия:
 - a) поиск новых перспективных направлений сбыта и постановка целей сбыта
 - b) распространение информации о товарах
 - c) распределение и продажа товаров
 - d) предоставление услуг
 15. Цель развития коммерческой деятельности организации:

- a) конкурентоспособность товаров
 - b) определение новых способов ведения бизнеса
 - c) ресурсы
 - d) доходность (прибыльность)
16. Заключение договора розничной купли-продажи происходит:
- a) на основании закона «О защите прав потребителей»
 - b) с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека
 - c) после публичной оферты товаров
 - d) после предоставления покупателю информации о товаре
17. Основная цель производителя при организации мерчендайзинга:
- a) формирование производимого ассортимента товаров
 - b) поддержка продажи собственных товаров и марок, увеличение объема их реализации
 - c) разработка новых продуктов
 - d) формирование покупательского спроса
18. Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест:
- a) магазин
 - b) павильон
 - c) киоск
 - d) ларек (палатка)
19. Наибольшие затраты времени покупателя несут в магазинах традиционного типа в процессе:
- a) отбора товаров
 - b) ожидания очереди к продавцу
 - c) получения товаров
 - d) кассового расчета
20. Условия формирования розничных цен на товары, реализуемые населению:
- a) учет свободной отпускной цены предприятия-изготовителя или цены закупки
 - b) применение торговой надбавки, исходя из сложившегося спроса и предложения на рынке
 - c) учет издержек обращения и НДС определение свободных розничных цен в соответствии с конъюнктурой рынка, качеством и потребительскими свойствами товаров

8.1.2. Оценочные материалы для текущего контроля

Демонстрационный вариант тестовых заданий

Тест № 2.

1. Внедрение нового товара на рынок осуществляют:
 - a) при снижении конкурентоспособности товаров основного ассортимента
 - b) при наличии предварительно сформировавшейся потребности
 - c) на основании рыночных исследований
 - d) как только наметился спад наиболее ходового товара
2. Предприятие при ограниченности ресурсов выбирает стратегию:
 - массового маркетинга
 - дифференцированного маркетинга
 - концентрированного маркетинга
 - сбытового маркетинга
3. Построение маркетинговой службы начинают с усиления роли:
 - a) отдела кадров
 - b) отдела сбыта

- c) отдела снабжения
 - d) планово-экономического отдела
4. Определение положения товара предприятия относительно товаров конкурентов – это:
- a) позиционирование
 - b) сегментация
 - c) конкурентоспособность
 - d) оценка сегмента
5. Цели деятельности предприятия и цели маркетинга:
- a) абсолютно идентичны
 - b) не связаны друг с другом, совершенно различны
 - c) могут вступать друг с другом в противоречие
 - d) тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом как предмет и метод
6. Доступность сегмента для предприятия – это:
- a) наличие информации о сегменте
 - b) возможность продвижения с помощью средств рекламы
 - c) уровень конкуренции в сегменте
 - d) емкость сегмента
7. Основная цель мероприятий по стимулированию сбыта:
- a) проведение благотворительных акций
 - b) создание условий для совершения покупки в заданный период времени
 - c) публикация статей, репортажей, новостей
 - d) достижение заданной осведомленности о предприятии, событии
8. Коммерсант при оценке возможностей предприятия на рынке должен:
- a) обращать внимание только на внутренние ресурсы
 - b) оценивать каждую возможность в течение всего срока реализации проекта, так как потери в краткосрочном периоде могут скрывать прибыль в долгосрочном периоде
 - c) избегать использования количественных критериев
 - d) изменить организационную структуру предприятия
9. Категория покупателей, приобретающая товар-новинку, практически не задумываясь о последствиях:
- a) новаторы
 - b) раннее большинство
 - c) субъективисты
 - d) консерваторы
10. Экономическую эффективность рекламы определяет:
- a) яркость и красочность рекламы
 - b) искусство производить психологическое воздействие на людей
 - c) увеличение реализации товаров после проведения рекламной кампании
 - d) возросшая известность предприятия
11. Социальная концепция маркетинга в первую очередь учитывает:
- a) прибыльность предприятия
 - b) интересы потребителей
 - c) технологические возможности
 - d) законодательство
12. Товар в коммерции и маркетинге – это:
- a) средство удовлетворение потребностей
 - b) результат исследований, разработок и производства
 - c) любой продукт деятельности, предназначенный для реализации
 - d) продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене, пользующийся спросом по этой цене как удовлетворяющий потребности
13. Рыночную концепцию можно определить как:

- a) идею, согласно которой предприятие поставляет на рынок то, что может производить
 - b) наилучшее удовлетворение спроса потребителей на товары наиболее выгодным для предприятия образом
 - c) приоритетное финансирование маркетинга
 - d) философию, по которой предприятие должно ставить во главу угла потребности и интересы покупателей
14. Работа на рынке подразумевает:
- a) управление рынком, ориентированным на возможности предприятия
 - b) продление жизненного цикла товара
 - c) управление предприятием, ориентированным на потребительский спрос
 - d) управление конкурентом с целью завоевания доли рынка
15. Универмаг предлагает покупателям три фасона модных дорогих блузок. Это товары:
- a) повседневного спроса
 - b) особого спроса
 - c) экстренного спроса
 - d) предварительного выбора
16. Ситуация на «рынке покупателя»:
- a) превышение спроса над предложением
 - b) тенденция к стабильности соотношения цена/качество
 - c) равенство спроса и предложения
 - d) превышение предложения над спросом
17. Запах свежесдобитого хлеба распространяется по торговому залу. Это подталкивает покупателей к дополнительным покупкам. Имеет место:
- a) ремаркетинг
 - b) демаркетинг
 - c) конверсионный маркетинг
 - d) стимулирующий маркетинг
18. Прямой канал сбыта выберет производитель:
- e) огородного инвентаря
 - одноразовых шприцев
 - модной одежды «haute couture»
 - жевательной резинки
19. Товар особого спроса:
- a) туалетная бумага
 - b) энциклопедия
 - c) автомобиль ручной сборки
 - d) шахматы
20. Предприятие-конкурент снизило цену продажи товара. Необходимо:
- снизить цену
 - повысить цену
 - оставить цену без изменения
 - усилить рекламную поддержку своего товара

8.1.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации


Промежуточная аттестация по дисциплине «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка» проводится в форме экзамена.

Вопросы к экзамену:

1. Понятие и признаки юридического лица.
2. Полное товарищество и товарищество на вере.
3. Открытые акционерные общества.

4. Закрытые акционерные общества.
5. Общество с ограниченной ответственностью и дополнительной ответственностью.
6. Унитарные предприятия.
7. Производственный кооператив (артель).
8. Некоммерческие организации.
9. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.
10. Методы работы с конфиденциальными документами.
11. Персонал и коммерческая тайна.
12. Роль информационных систем.
13. Основные разновидности информационных систем.
14. Элементы информационной системы.
15. Способы защиты информации.
16. Построение информационной системы.
17. Организация производства новых товаров.
18. Организация МТС.
19. Управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции.
20. Сфера сервиса в комплексе агробизнеса в РФ.
21. Сфера маркетинга в комплексе агробизнеса в РФ.
22. Сфера ресурсов в комплексе агробизнеса в РФ.
23. Особенности рынков в комплексе агробизнеса.
24. Характеристика рынка продукции сельского хозяйства.
25. Типы рынков сельскохозяйственной продукции.
26. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве.
27. Пути решения проблем ценообразования в сельском хозяйстве.
28. Стратегическое и тактическое планирование коммерческой деятельности на предприятии.
29. Экстраполяционный и интреполяционный подходы к планированию.
30. Интенсивное развитие как стратегия предприятия (виды).
31. Интегральное развитие как стратегия предприятия (виды).
32. Виды диверсификации.
33. Контроль на предприятии.
34. Ситуационный анализ.
35. Понятие и виды рисков.
36. Способы уменьшения отрицательных последствий коммерческих рисков.
37. Способы уменьшения отрицательных последствий финансовых рисков.
38. Способы уменьшения отрицательных последствий внутрифирменных рисков.
39. Принципы формирования ассортимента торговых предприятий.
40. Принципы формирования производственной программы предприятия.
41. Характеристики ассортимента.
42. Проблемы формирования производственной программы.
43. Использование эффектов связи между товарами.
44. Техническое обслуживание покупателей.
45. Торговое обслуживание покупателей.
46. Гарантийные услуги, тенденции их развития.
47. Суть матрицы конкуренции (Портер), её недостатки. Движущие силы конкуренции.
48. Стратегия лидерства в области затрат матрицы конкуренции.
49. Стратегия дифференцирования матрицы конкуренции.
50. Стратегия концентрации на сегменте матрицы конкуренции.

Разработчик:



(подпись)

(занимаемая должность)

доцент

Сафронов Д.А.

(Ф.И.О.)

Программа по дисциплине «Организация, технология и проектирование предприятий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и торговой политики
Протокол № 6 от «1» марта 2022 г.

Зав. кафедрой _____



(Архипкин О. В.)

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