МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра маркетинга и рекламы

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
38.03.02 «Менеджмент»
Наименование направленности: Маркетинг
Уровень квалификации выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Коммерческая деятельность: розничная торговля

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д-р экон. наук, профессор

кафедры маркетинга и рекламы О.А. Новиков

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы
№1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка…… 4
1.1. Цель и задачи дисциплины…… 4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций……
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной 8
2. Структура дисциплины 9
3. Содержание дисциплины…… 11
4. Образовательные технологии 18
5. Оценка планируемых результатов обучения
5.1. Система оценивания 20
5.2. Критерии выставления оценок 22
5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .25
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 54
6.1. Список источников и литературы 54
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 57
7**. Материально-техническое обеспечение дисциплины** 60
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья 59
9. Методические материалы 62
9.1. Планы практических занятий 62
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ 74
9.3. Задания для самостоятельной работы студентов…… 74
9.3.1 Тестовые задания для самоаттестации студентов 76
9.3.2.Тематика рефератов и научных докладов 87
Приложения
Приложение 1. Аннотация дисциплины 90
Приложение 2. Лист изменений 93

1. Пояснительная записка.

1.1. Цель и задачи дисциплины.

Дисциплина «Коммерческая деятельность: розничная торговля» является частью цикла профессиональных дисциплин вариативной части дисциплин по выбору учебного плана по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профиль: «Маркетинг».

Цель дисциплины: дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания в области организации и технологии коммерческой деятельности розничной торговли, умения и навыки работы в условиях современного ритейла, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к условиям работы предприятий сферы торговли и оптимизировать их деятельность с учетом инновационного механизма достижений отечественного и зарубежного опыта в области применения инструментов маркетинга.

К основным задачам, решаемым в процессе изучения дисциплины, относят:

- рассмотрение роли маркетингового, рекламного и технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности розничного предприятия;
- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере ритейла; обеспечение понимания студентами маркетингового подхода к организации торгово-технологического процесса в розничной торговле;
- обучение современным подходам, формам и методам работы маркетолога в управлении коммерческой деятельности по розничной торговле;
- формирование у студентов ценности роли и значения коммерческой деятельности в деятельности современного ритейла;
- обучение студентов методам профессиональной оценки внедрения инновационных процессов и их влияния на развитие сферы ритейла;
- ознакомление с государственным регулированием коммерческой деятельности по сфере розничной торговли ;
- определение результативности коммерческой деятельности розничного предприятия торговли.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных опросов и тестов, промежуточный контроль в форме итоговой контрольной работы, итоговый контроль в форме зачета .

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия в количестве 18 часов,

практические занятия (24 часа), самостоятельная работа студента (66 часов). Итоговой оценкой по учебной дисциплине является зачет за 6 семестр (3 курс).

1.2. Формируемые компетенции, перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Коды компетенции	**Содержание компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Знать: - основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности в оптовой торговле; -методологические основы коммерческой деятельности в розничной торговле, ее составляющие элементы; -государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности. -процессы коммерческих решений в розничной торговле; Уметь: - применять терминологию, лексику и основные решения в коммерческой политике организаций; - осуществлять оценку эффективности коммерческой деятельности; - внедрять виды стратегических решений в организациях ритейла. Владеть: - прогрессивными методами розничной продажи товаров; - аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности в розничной торговле; - способами совершенствования информационного обеспечения коммерческой деятельности; тратегическим подходом к коммерческой политике, в том сле стратегическом и оперативном планировании;

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Дисциплина « Коммерческая деятельность: розничная торговля» является дисциплиной вариативной части по выбору цикла дисциплин учебного плана по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Макроэкономика, Микроэкономика, Экономика, Менеджмент, Логистика, Организационное поведение, Маркетинг, Управление бизнес-процессами.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Управление проектами, Бизнес-планирование, Продуктовая политика организации, Маркетинговое ценообразование, Конкурентный маркетинг, Интернет-реклама.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных опросов и тестов, промежуточный контроль в форме итоговой контрольной работы, итоговый контроль в форме зачета .

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия в количестве 18 часов, практические занятия (24 часа), самостоятельная работа студента (66 часов).Итоговой оценкой по учебной дисциплине является зачет за 6 семестр (3 курс).

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 часа, самостоятельная работа обучающихся 66 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек-	Семина-	Само-	

			ции	ры	стоя-тельная работа	
1.	Раздел 1. Понятие и сферы применения коммерческой деятельности в розничной торговле Тема 1. Сущность, содержание, зарубежная и отечественная практика развития коммерции в розничной торговле	6	2	2	4	*Лекция - собеседование. Научное сообщение (доклад или реферат)* *Дискуссия* *Опрос на семинаре*
2.	Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности	6	2	2	6	*Опрос на семинаре.* *Проблемная лекция* *Собеседование* *Научное сообщение (доклад или реферат)*
3.	Тема3. Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы ритейла.	6	2	4	6	*Опрос на семинаре* *Проблемная лекция* *Собеседование* *Тестирование* *Научное сообщение (доклад или реферат)*
4.	Раздел 2. Методологические основы коммерческой деятельности ритейла Тема 4. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности ритейла	6	2	2	4	*Лекция с разбором конкретных ситуаций* *Собеседование* *Опрос на семинаре, контрольная работа. Научное сообщение (доклад или реферат)*
5.	. Тема 5. Государственное регулирование коммерче-	6	2	2	8	*Опрос на семинаре* *Проблемная*

	ской деятельности					*лекция Собеседование Тестирование Научное сообщение (доклад или реферат)*
6.	Раздел3 Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле Тема6 Особенность организации и управления коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговле	6	2	4	8	*Лекция с разбором конкретных ситуаций Собеседование Опрос на семинаре, контрольная работа. Научное сообщение (доклад или реферат)*
7.	Тема 7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	6	2	2	8	*Разбор выполнения практического задания Опрос на семинаре Проблемная лекция Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат)*
8.	Тема 8. . Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли	6	1	2	8	*Опрос на семинаре Проблемная лекция Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат)*
9.	Тема 9. Формирование рекламно-информационного пространства в современных предприятиях розничной торговли	6	2	2	7	*Опрос на семинаре Проблемная лекция Собеседование Тестирование*

10	Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия розничной торговли	6	1	2	7	*Лекция с разбором конкретных ситуаций Собеседование Опрос на семинаре, контрольная работа.*
	Промежуточная аттестация	6	18	24	66	*Зачет*

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Понятие и сферы применения коммерческой деятельности в розничной торговле

Тема 1. Сущность, содержание, зарубежная и отечественная практика развития коммерции в розничной торговле

Коммерческая деятельность как категории рыночной экономики. Значения термина «коммерческая деятельность». Общесистемные особенности коммерческой деятельности в новых условиях хозяйствования. Общая схема обращения товаров. Торговля и ее роль в сфере обращения.

Характер коммерческой деятельности. Инфраструктура рынка.

Подходы к формулированию предмета дисциплины « Коммерческая деятельность: розничная торговля». Ее прикладное значение и взаимодействие со смежными науками. Системный метод изучения дисциплины.

Определение целей и задач коммерческой деятельности с позиций государства, товаропроизводителей, торговых предприятий (посредников) и потребителей. Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия при взаимодействии с внешней средой. Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия, методы их анализа и использование для решения коммерческих задач по доведению продукции от производителей до потребителей. Коммерческая деятельность розничного предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

Типология и характеристика предприятий розничной торговли США, Западной Европы и Японии. Выявление новых и эффективных каналов реализации потребительских

товаров. Изучение классификации и особенностей развития предприятий зарубежной розничной торговли.

Анализ состояния и тенденции развития сферы ритейла в России. Основные факторы, оказывающие влияние на развитие современных форматов розничной торговли, и основные проблемы, присущие отрасли. Задачи развития интеграционных процессов в сфере ритейла. Стратегия развития розничной торговли России. Организация франчайзинговой системы розничной торговле.

Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности

Субъекты коммерческой деятельности - коммерческие организации (предприятия), их классификация по виду хозяйственной деятельности, характеру совершаемых операций, количественным параметрам, правовому положению, форме собственности, принадлежности капитала. Объединения коммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов, виды и роль в коммерческом предпринимательстве.

Объекты коммерческой деятельности. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Оценка товаров в рыночных условиях (с точки зрения производителя и потребителя), обеспечивающая установление его равновесной цены. Порядок согласования товара как предмета договора: наименование, характеристика и ассортимент.

Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг и содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.

Тема 3. Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы ритейла

Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы розничной торговли. Основные направления реализации инноваций в сфере коммерции. Инновационные технологии в сфере розничной торговли. Инновации как основа и среда совершенствования коммерческой деятельности предприятий сферы коммерции.

Технологии RFID и pick by voise в предприятиях розничной торговли.

Понятие и содержание радиочастотной идентификации (RFID) и электронная кодировка товаров (EPC). Характеристика состава системы и основные применения штрихового кодирования и RFID. Сравнительные характеристики технологии RFID и штрихового кодирования. RFID в автоматизации процессов оптовой торговли, в идентификации транспортных средств. Сущность и содержание технологии обработки грузов pick by voise в оптовой

торговле. Логин и профиль комплектовщика: режимы распознавания речи. Эффективность обработки грузов с использованием технологии голосового отбора. Перспективы применения RFID и pick by voise в предприятиях оптовой торговли. Преимущества использования Цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью торговой организации (предприятия).

Понятие и преимущества использования электронной коммерции. Категории и виды электронной коммерции. Защита информации. Модели электронной коммерции и их характеристика. Особенности коммерческой деятельности в электронной торговле. Отличия электронной коммерции от традиционной формы торговли. Преимущества и эффективность электронной коммерции.

Раздел 2. Методологические основы коммерческой деятельности

Тема 4. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности

Определение целей и задач коммерческой деятельности с позиций государства, товаропроизводителей, оптовых торговых предприятий (посредников) и потребителей. Исходя из логической схемы коммерческой деятельности «товар - деньги» при продаже и «деньги - товар» при покупке и факторов, воздействующих на торговый бизнес, сопоставление целей (доходы, прибыль, удовлетворение потребностей потребителей, налоги) участников сделок с средствами их достижения (увеличение доли рынка и числа рабочих мест, укрупнение предприятий, обеспечение финансовой устойчивости, снижение издержек обращения, установление взаимовыгодных коммерческих условий договора, приемлемая цена).

Структура и содержание коммерческой деятельности розничного предприятия при взаимодействии с внутренней средой. Структура коммерческой деятельности розничного предприятия при взаимодействии с внешней средой: рынок товаров, субъекты, инфраструктура, базис и функции.

Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия ритейла. Управление коммерческой деятельностью розничного предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничного предприятия.

Тема 5. Государственное регулирование коммерческой деятельности

Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий (организаций). Государственное регулирование во внутренней торговле РФ на федеральном и региональном уровнях управления: цель, задачи, мероприятия и их содержание. Дерегулирование и техническое регулирование. Правила торговли.

Задачи государственного регулирования во внутренней торговле РФ на федеральном уровне управления: создание нормативно-правовой базы, финансовое и таможенное регулирование, квотирование, на региональном уровне управления – конкретизация общефедеральных норм и правил, разработка особенностей налогообложения, координация торговой политики, контроль за соблюдением прав потребителей.

Организация в сфере технического регулирования государственного надзора за соблюдением обязательных требований к продукции (межрегиональные территориальные управления Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии «Ростехрегулирования»).

Раздел 3. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли

Тема 6 Особенность организации и управления коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговле

Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях. Виды, структура договора поставки и коммерческие связи предприятий розничной торговли на потребительском рынке. Создание организационной структуры магазина как эффективного инструмента управления его работой. Варианты организационной структуры несетевых магазинов разных типов. Модели организации магазинов в моно - и полиформатных сетевых структурах. Управление магазином.

Формирование ассортимента потребительских товаров. Ассортиментный перечень потребительских товаров. Управление ассортиментом.Закупочная деятельность. Факторы, обуславливающие процесс розничной продажи товаров. Формы продажи товаров: магазинные и внемагазинные. Методы розничной продажи товаров, их классификация, содержание операций, результативность.

Торговое обслуживание покупателей. Понятие услуги розничной торговли, их классификация. Система, процесс и формы (традиционные и современные) торгового обслуживания. Качество, скорость и культура торгового обслуживания. Мониторинг услуг предприятий розничной торговли на товарном рынке.

Тема 7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга

Концепция и содержание метода импульсивных покупок. Теория и практика анализа уровня вовлеченности для прогнозирования поведения покупателя по отношению к товарам («Теория мотивированного выбора» Фишбейна и Айзена, Эренберга и Гудхарта; «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера). Характеристика мотивации покупателя по отношению к товару. Внутренний и внешний поиск товара потребителем.

Признаки группировки товаров и факторы, влияющие на поведение покупателя в торговом зале. Принципы и анализ внедрения метода импульсивных покупок, зонирование торгового зала в соответствии с психологией покупателя.

Продажа товаров по «Методу АВС»: социально-экономическая сущность и разделение товаров на группы адекватно поведению покупателей при формировании ассортимента товаров в торговом зале. Распределение товаров в группы А, В и С по маркетинговым характеристикам и оценка их эффективности. Анализ привлекательности и выбор оптимального варианта размещения товарного отдела. Характеристика современных методов розничной продажи товаров.

Тема 8 Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли

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.

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. Внемагазинные формы торгового обслуживания покупателей.

Тема 9. Формирование рекламно-информационного пространства в современных предприятиях розничной торговли

Понятие и содержание рекламно-информационного пространства предприятий розничной торговли. Основные цели формирования рекламно-информационного пространства.

Классификация и характеристика POS-материалов для применения в розничных торговых предприятиях. Рынок POS-материалов. Виды и средства рекламы, применяемые при оформлении экстерьера и интерьера магазина. Промоушн-акции, применяемые в предприятиях розничной торговли: краткосрочное ценовое стимулирование, и длительные программы поощрения покупок.

Виды рекламы, применяемые в процессе продажи товаров. Актуальность и принципы применения рельефных трехмерных POS-материалов. Принципы эффективного мерчандайзинга: цена, место, эксклюзив. Методология размещения средств POS в местах продажи товаров. Критерии оценки и методология оценки эффективности рекламно-информационного пространства.

Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия розничной торговли

Основные экономические показатели коммерческой деятельности розничного предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль,товарооборачиваемость, количество оборотов товарных запасов и др. Экономическая эффективность. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. **.** Методология решения задач по анализу коммерческой деятельности. Влияние коммерческой деятельности на основные экономические показатели предприятия: оборот (объем продажи) товаров, валовый доход, торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыль от реализации товаров.

Относительные величины валового дохода, издержек обращения и прибыли (валовой или чистой). Удельные показатели эффективности торгового предприятия: оборот, валовый доход, прибыль на одного чел. персонала, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

реализуемые в программе дисциплины «Коммерческая деятельность: оптовая торговля» 60 % – интерактивных занятий от объема аудиторных занятий.

№ п/п	***Наименование раздела***	***Виды учебной работы***	***Информационные и образовательные технологии***

1	2	3	4
1.	Раздел 1. Понятие и сферы применения коммерческой деятельности в розничной торговле Тема 1. Сущность, содержание, зарубежная и отечественная практика развития коммерции в розничной торговле	Лекция 1. Семинар 1.	Вводная лекция Собеседование . Научное сообщение (доклад или реферат)
2.	Тема 2 . Субъекты и объекты коммерческой деятельности	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Консультирование. Научное сообщение (доклад или реферат)
3.	Тема 3. Инновации как основа и среда совершенствования коммерческой деятельности розничных предприятий	Лекция 3. Семинар 3,4. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме,тестирование Консультирование и проведение тестов. Научное сообщение (доклад или реферат)
4.	Раздел 2. Методологические основы коммерческой деятельности Тема 4 . Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности	Лекция 4. Семинар 5 Самостоятельная работа	Лекция – визуализация Семинар по теме Консультирование и проведение контрольных работ. Научное сообщение (доклад или реферат)
5.	. Тема 5. Государственное регулирование и оценка эффективности коммерческой деятельности	Лекция 5. Семинар 6 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Семинар по теме Консультирование и проведение тестов. . Научное сообщение (доклад или реферат)
6.	Раздел 3 Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле Тема 6 Особенность организации и управления коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговле	Лекция 6. Семинар 7,8 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Семинар по теме Консультирование. Проведение контрольных работ. . Научное сообщение (доклад или реферат)

7.	Тема 7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	Лекция 7. Семинар 9. Самостоятельная работа	Лекция с разбором конкретной ситуации Семинар по теме и Оценка выполнения практического задания Научное сообщение (доклад или реферат)
8.	Тема 8. Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли	Лекция 8. Семинар 10 Самостоятельная работа	Лекция с разбором конкретной ситуации Семинар по теме и Консультирование. Научное сообщение (доклад или реферат)
9.	Тема 9. Формирование рекламно-информационного пространства в современных предприятиях розничной торговли	Лекция 9. Семинар 11 Самостоятельная работа	Лекция с разбором конкретной ситуации Семинар по теме и Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий
10.	Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия розничной торговли	Лекция 10. Семинар 12. Самостоятельная работа	Лекция с разбором конкретной ситуации Семинар по теме и Проведение контрольных работ.Консультирование.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: *- опрос* *- участие в дискуссии на семинаре* *- контрольная работа (темы 1-3)* *- контрольная работа (темы 5-6)*	 *5 баллов* *5 баллов* *10 баллов* *10 баллов*	 *30 баллов* *10 баллов* *10 баллов* *10 баллов*
Промежуточная аттестация *(зачет)*		*40 баллов*
Итого за семестр		*100 баллов*

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	Удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	Неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2.Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетвори-тельно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	*Традиционная шкала*		*Шкала ECTS*
95 – 100	*Отлично*	*зачтено*	*A*
83 – 94			*B*
68 – 82	*Хорошо*		*C*
56 – 67	*Удовлетворительно*		*D*
50 – 55			*E*
20 – 49	*неудовлетворительно*	*не зачтено*	*FX*
0 – 19			*F*

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Текущий контроль

При оценивании *устного опроса и участия в дискуссии* на семинаре учитываются:

- степень раскрытия содержания материала (0-2 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании *контрольной работы* учитывается:

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-4 балла;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 5-8 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -9-10 баллов.

При оценивании *тестирования* учитывается полнота выполненной работы:

- допущено пять – шесть ошибок или неточностей – 1-4 балла;
- допущено три-четыре ошибки или неточности – 5-8 баллов;
- задание выполнено полностью или допущены одна-две ошибки или неточности – 9-10 баллов.

Промежуточная аттестация

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 3 вопроса (два вопроса теоретического характера и один вопрос практического характера).

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-5 баллов);
- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (6-10 баллов);
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (11-15 баллов);
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (16-20 баллов).

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается:
- ответ содержит менее 20% правильного решения (1-5 баллов);
- ответ содержит 21-50 % правильного решения (6-10 баллов);
- ответ содержит 51-79 % правильного решения (11-15 баллов);
- ответ содержит 80% и более правильного решения (16-20 баллов).

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (ПК-12).

<u>Контрольные вопросы по дисциплине</u>

1. Субъекты торговли: юридические лица (организации) и индивидуальные предприниматели.
2. Понятие коммерческой деятельности
3. Виды и типы предприятий розничной торговли.
4. Организационно-экономические характеристики разных типов предприятий розничной торговли.
5. Современные форматы предприятий розничной торговли.
6. Определение местоположения магазина.
7. Цели, функции и задачи коммерческой службы розничного торгового предприятия.

9.Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.

10. Процесс управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.

11. Структура управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.

12.Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью пред-

приятия.

13.. Инновационный механизм развития ритейла .

14Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.

15.Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

16. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.

17.Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.

18. Исследование и анализ товарного рынка как основа развития коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.

19. Конъюнктура на рынке потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельности предприятия розничной торговли.

20. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.

21. Розничные торговые сети: понятия, классификация, показатели структуризации, принципы размещения.

22. Этапы развития розничных торговых сетей, их стратегии выхода на региональные рынки.

23. Предпосылки и надежность хозяйственных связей предприятий розничной торговли с
поставщиками потребительских товаров.

24. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.

25. Формирование вертикальных и горизонтальных связей предприятий розничной торговли с субъектами потребительского рынка.

26. Создание организационной структуры магазина как эффективного инструмента управления его коммерческой работой: в несетевых магазинах разных типов и магазинах моно - и полиформатных сетевых структур.

27. Управление коммерческой работой в магазине. Контроль и безопасность. Комплексный подход к проблеме сокращения потерь.

28. Формирование ассортимента потребительских товаров на предприятии розничной торговли: понятие, факторы и этапы.

29. Управление ассортиментом товаров на предприятии розничной торговли.

30. Организация процесса закупок на предприятии розничной торговли.

31. Закупочная стратегия на предприятии розничной торговли. Политика в отношении торговой марки или брэнда.

32. Элементы товародвижения на предприятии розничной торговли, их издержки.

33. Источники и условия поступления товаров в торговые сети. Аутсорсинг в системе поставок.

34. Организация торгового процесса. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Ведение учета движения потребительских товаров.

35. Продажа товаров, ее понятие как розничной купли-продажи. Факторы, обуславливающие процесс продажи товаров. Формы продажи товаров: магазинные и внемагазинные.

36. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.

37. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень. Мониторинг услуг предприятий розничной торговли на товарном рынке.

38. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.

39.Модели построения и ведения коммерческой деятельности торговых предприятий.

40. Концепция и содержание метода импульсивных покупок.

41.Признаки группировки товаров и факторы, влияющие на поведение покупателя в торговом зале.

42.Продажа товаров по «Методу АВС»: социально-экономическая сущность и разделение товаров на группы адекватно поведению покупателей при формировании ассортимента товаров в торговом зале.

43.Понятие и содержание атмосферы магазина. Связи сенсорных характеристик атмосферы в магазине, воздействующих на мотивацию покупателя.

44.Поведение покупателя на маршруте движения по торговому залу.

45.Оценка эффективности использования пространства торгового зала магазина.

46.Понятие и содержание рекламно-информационного пространства предприятий розничной торговли.

47.Классификация и характеристика POS-материалов для применения в розничных торговых предприятиях.

48.Виды рекламы, применяемые в процессе продажи товаров

49.Влияние коммерческой деятельности на основные экономические показатели предприятия: оборот (объем продажи) товаров, валовый доход, торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыль от реализации товаров.

50.Относительные величины валового дохода, издержек обращения и прибыли (валовой или чистой). Удельные показатели эффективности торгового предприятия: оборот, валовый доход, прибыль на одного чел. персонала, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (ПК-12)

Задание 1

1.Содержание коммерческой деятельности предприятия в зависимости от характера выполняемых функций.

2.Свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы и как процесса.

3.Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности: по свойствам, классификации, признакам спроса и предложения, требованиям потребителей.

4.Почему бакалавру маркетологу необходимо знать организационно-правовые формы функционирования коммерческих предприятий?

5.Сравните принципиальные различия индивидуальных и партнерских коммерческих предприятий.

6.Обоснуйте с коммерческих позиций, какие организационно-правовые формы предпочтительны для мелких, малых, средних и крупных коммерческих предприятий?

7.В чем заключается устойчивость коммерческой деятельности корпораций на рынке товаров и услуг?

8.Выделите периоды и этапы развития коммерции в России, укажите их формы и элементы инфраструктуры.

9.Изложите меры государственного регулирования коммерческой деятельности во внутренней торговле РФ.

10.Изложите принципы построения коммерческой деятельности предприятия в условиях рынка.

11.Объясните, какова миссия коммерческой деятельности в функционировании предприятия при рыночных отношениях? Приведите примеры.

12.Каковы цели и признаки коммерческой стратегии предприятия в условиях формирующегося и развитого рынка? Приведите примеры.

13.Рассмотрите структуру коммерческой деятельности: объекты, субъекты и инфраструктуру рынка, базис и функции.

14.Рассмотрите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности предприятия. Приведите примеры.

15.От каких факторов внутренней среды предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности? Приведите примеры.

16.Каковы задачи анализа информации о внешней и внутренней среде предприятия для принятия коммерческих решений? Практический опыт.

17.Рассмотрите условия, способствующие формированию коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров/услуг(на конкретном рынке).

18.Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимента коммерческого предприятия.

19.Укажите организационно-экономические аспекты методов розничной продажи.

21.Рассмотрите организацию и управление продажами товаров и услуг на предприятии.

22.Рассмотрите элементы системы торгового обслуживания покупателей на предприятии (на конкретном примере)..

23.Охарактеризуйте суть технической политики, оказывающей воздействие на развитие коммерческой деятельности предприятия.

Задание 2

1.Оценка личных и деловых качеств маркетолога, его адаптация к складывающимся рыночным отношениям.

2.Методы исследования тенденций коммерческой деятельности.

3.Методы организации коммерческой деятельности.

4.Методы осуществления коммерческих процессов и операций.

5.Объем товарооборота и факторы его обуславливающие.

6.Оперативный анализ товарооборота.

7.Анализ скорости товарооборота.

8.Анализ коммерческого риска.

9.Анализ потоварно-групповой издержкоемкости, доходоемкости, и рентабельности в розничной торговле.

10. Общие и специальные методы исследования рынка товаров.

11. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка.

12. Показатели, характеризующие потенциал и стабильность рынка товаров.

13. Методы определения емкости и доли рынка товара.

14. Методы учета сезонности спроса.

15. Эластичность спроса и общая выручка при различных уровнях цен.

16. Методы прогнозирования спроса.

17.Методы экспертных оценок, используемые для прогнозирования спроса.

18. Оценка товара в современных условиях.

19.Моделирование оптимальной структуры ассортимента.

20. Методы формирования цены на товары в коммерческих предприятиях: теория и практика.

21. Методы определения объемов закупки и продаж товаров на предприятиях.

22. Показатели, характеризующие структуру финансов и капитала предприятия, его ликвидность и рентабельность, приведите примеры их расчета.

23. По каким показателям проводится оценка эффективности основных фондов коммерческого предприятия?

24.Сравните суть определений эффекта и эффективности коммерческой деятельности предприятия.

25. Объясните, почему прибыль коммерческой деятельности предприятия является суммарно-результативным показателем, и перечислите его исходные составляющие?

Задание 3

Задача 1.

Розничное предприятие « Омега» закупило сапоги женские в количестве 1000 шт. по цене 3000 руб. за пару. Расходы предприятия по реализации товара составили 100000 руб. Какую прибыль получит предприятие, если продано было 500 пар обуви по 5000 руб., 200 пар – по цене 4000 руб., 300 пар - по цене 3100 руб. ? Определите валовой доход и рентабельность продаж.

Задача 2.

Магазин « Обувь» закупил женские сапоги по цене 4000 руб. за пару в количестве 500 пар и планирует получить прибыль от реализации партии сапог в сумме не менее 100000 руб.

По какой цене следует продавать сапоги, если расходы предприятия составят 220000 руб.?

Задача 3.

Экономическая целесообразность закупок партии товара.

Исходные данные для решения задачи

Партия заказа (д)	Цена заказа (ц)
400 тонн	40, 0 тыс. руб.
500 тонн	39.9 тыс. руб.
1000 тонн	39, 8 тыс. руб.

Показатели	Базисный год факт	Отчетный год			Отклонение, млн.руб.		Отклонение к базисному году, %
		план	факт	%	От плана	От базисного года	
Розничный товарооборот	10 250	10 560	10750				
Общая сумма издержек обращения	960	980	990				
Уровень издержек обращения к товарообороту, %							

Расходы на размещение и выполнение заказа составили 100тыс. руб. (не зависимо от партии заказа).

Затраты на хранение товара на складе составят 8 тыс. руб. в расчете на одну тонну товара.

Задача 4.

Провести анализ издержек обращения на розничном торговом предприятии (млн. руб.)

Рассчитать:
1. Темп изменения издержек обращения.
2. Относительную экономию (перерасход) издержек обращения.

Задача 5.
1. Анализ доходности торгового предприятия
Исходные данные для расчетов:

Показатели	Базовый период	Отчетный период	Отклонение (+,-)
Отклонение			
Товарооборот, тыс. руб.	54 000	59 000	
Валовой доход, тыс. руб.	15 000	16 200	
В процентах к товарообороту			
Издержки обращения, тыс. руб.	13500	14100	
В процентах к товарообороту			
Прибыль			
В процентах к товарообороту			

Задача 6.
Показать влияние отдельных факторов на изменение объема товарооборота
Исходные данные для анализа.

Показатели	базисный период	отчетный период
объем реализации товара «а», кг.	1 500	2 000
объем реализации товара «б», кг.	3 000	1 800
розничная цена товара «а», руб. за кг.	280	300
розничная цена товара «б», руб. за кг.	320	310

Влияние отдельных факторов на изменение объема товарооборота.

Показатели	товар «а»	товар «б»	итого:
изменение объема реализации товара , млн. руб.			
изменение розничных цен, млн. руб.			
итого:			

Задача 7
Задание:
Определить уровень товарных запасов на последнее число сентября и октября .
Исходная информация для расчетов:

Месяцы	Товарные запасы на 1-е число месяца (тыс.руб.)	Товарооборот за месяц, тыс. руб.

Август	10 400	105 300
Сентябрь	11 200	111 000
Октябрь	9 450	102 050
Ноябрь	10 300	

Задача 8.

Рассчитать товарооборачиваемость за 4-й квартал в днях оборота и в числе оборотов.

Исходная информация для расчетов:

Месяцы	Товарные запасы на 1-е число месяца (тыс.руб.)	Товарооборот за месяц, тыс. руб.
Август	10 400	105 300
Сентябрь	11 200	111 000
Октябрь	9 450	102 050
Ноябрь	10 300	

Задача 9.

Задание:

Провести анализ эффективности использования основных фондов на предприятии

Исходные данные для расчетов.

Показатели Отклонение	Базовый период	Отчетный период
Товарооборот, тыс. руб. (Т/Об)	54 000	59 000
Средняя стоимость основных фондов, тыс. руб.(С. Ф.)	11 000	10 500
Среднесписочная численность работающих, чел. (Ч.ср.)	52	53

Рассчитать:

А) фондоемкость (Ф.емк.)

Б) фондоотдачу (Ф. отд.)

Г) фондовооруженность (Ф. воор.)

Задача 10.

Провести анализ издержек обращения на розничном торговом предприятии (млн. руб.)

Показатели	Базисный год факт	Отчетный год			Отклонение, млн.руб.		к базисному году, %
		план	факт	%	От плана	От базисного года	
Розничный товарооборот	10 250	10 560	10750				
Общая сумма издержек обращения	960	980	990				
Уровень издержек обращения к товарообороту, %							

Рассчитать:

1. Темп изменения издержек обращения.
2. Относительную экономию (перерасход) издержек обращения.

Задача 11.
1. Анализ рентабельности розничного торгового предприятия
Исходные данные для расчетов:

Показатели Отклонение	Базовый период	Отчетный период	Отклонение (+,-)
Товарооборот, тыс. руб.	54 000	59 000	
Валовой доход, тыс. руб.	15 000	16 200	
В процентах к товарообороту			
Издержки обращения, тыс. руб.	13500	14100	
В процентах к товарообороту			
Прибыль, тыс. руб.			
В процентах к товарообороту			

Задача 12.

Дать оценку влияния изменения структуры товарооборота на валовой доход

Товарные группы	Товарооборот, млн.руб		Структура товарооборота, %			Средний уровень торговой надбавки, %		Валовой доход, млн.руб.	Валовой доход, млн.руб	Валовой доход,у млн. руб.		Валовой доход, Отклонение (+.-)млн.руб	Валовой доход, млн. руб.
	план	Факт	план	факт	отклоклонение	план	Факт	План	факт	+,-		факт	
1	2	3	4	5	6	7	8						
Продовольственные Товары	130,0	135,0				15	15						
Непродовольственные Товары	150.0	160,0				25	25						
Итого	280,0	295,0											

Задача 13.

Дать оценку эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
Исходные данные для расчетов:

Показатели	Базовый период	Отчетный период	Отклонение (+,-)
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	100 000	105 000	
Себестоимость закупленных товаров, тыс. руб.	80000	85000	
Валовой доход, тыс. руб.			
Издержки обращения, тыс. руб.	18500	19100	
Прибыль, тыс. руб.			
Численность работающих, чел.	60	65	

Задача 14.

Дать оценку эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
Исходные данные для расчетов:

Показатели	Базовый период	Отчетный период	Отклонение (+,-)
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	200 000	205 000	
Себестоимость закупленных товаров, тыс. руб.	160000	170000	
Валовой доход, тыс. руб.			
Издержки обращения, тыс. руб.	18500	19100	
Прибыль, тыс. руб.			
Численность работающих, чел.	60	65	

Ситуационная задача № 15.

Общая площадь продовольственного магазина работающего по самообслуживанию составляет 1000 кв.м. Торговая площадь составляет 400 кв.м. Оборудование торгового зала магазина занимает 150 кв. м., площадь полок с товаром – 300 кв.м. Провести анализ эффективности использования площадей магазина. Поясните показатели. Покажите возможности их улучшения.

Задача 16.

Дать оценку экономии или перерасхода издержек обращения от снижения или повышения уровня издержек обращения.

Исходные данные для расчетов:

Показатели	План	Факт	Отклонение (+,-)
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	250 000	260 000	
Издержки обращения, тыс. руб.			
Уровень издержек обращения, %.	10,68	10,07	

Задача 17.

Рассчитать товарооборачиваемость на предприятии и обосновать выводы влияния роста (снижения) товарооборачиваемости и скорости обращения товаров на экономику предприятия. Количество дней в периоде-30.

Показатели	План	Факт	Отклонение (+,-)
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	250 000	260 000	
Однодневный товарооборот, тыс. руб.			
Средние товарные запасы, тыс. руб.	35000	45000	
Товарооборачиваемость, дней.			
Скорость обращения товаров,оборотов			

Задача 18.

Товарооборот магазина за отчетный период составил 550 млн.руб., издержки обращения -83 млн. руб.. В планируемом периоде объем товарооборота увеличится на 12 %, уровень издержек обращения на 10 %. Определить сумму и уровень издержек обращения в планируемом периоде и сравните с уровнем издержек обращения в отчетном периоде.

Задача 19.

Спрогнозируйте изменение издержек обращения торговой организации в следующем году, если известно, что товарооборот возрастет на 15 %, а арендная плата увеличится с 180 тыс. руб. до190 тыс. руб.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
Товарооборот, тыс. руб. (Т/Об)	34 000	42100
Условно-переменные издержки	10	10

обращения (% к товарообороту0		
Условно - переменные издержки обращения , тыс.руб.		
Условно - постоянные издержки обращения, тыс. руб.	180	190
Общая сумма издержек обращения, тыс. руб.		
Уровень издержек обращения, % к обороту.		

Задача 20.

Розничное предприятие реализует обувь. Рассчитайте валовой доход, прибыль от реализации, валовую прибыль, чистую прибыль.

Показатели	Базисный период	Отчетный период
Товарооборот, тыс. руб.	34 000	42100
Затраты на приобретение товаров, тыс. руб.	20000	30000
Расходы на ведение торговой деятельности, тыс. руб.	4000	4210
Операционные доходы, тыс. руб.	0.8	1,0
Сальдо внереализационных доходов и расходов, тыс. руб.	+1,2	+ 1,0
Валовой доход, тыс. руб.		
Прибыль от реализации, тыс.руб.		
Валовая прибыль, тыс. руб.		
Чистая прибыль, тыс. руб.		

Задание 4
по теме « *Субъекты и объекты коммерческой деятельности»*

Впишите правильный ответ.

1. Субъектами коммерческой деятельности являются ее _____.

Правоспособность признается в равной мере за всеми гражданами и возникает в момент _____.

2. Физические лица – это граждане, обладающие _____ и _____.

3. Юридические лица могут заниматься отдельными видами деятельности на основании _____.

4. Юридическими лицами могут быть:

- организации, преследующие извлечение прибыли (_____ организации);
- организации, не имеющие цели извлечение прибыли и не распределяющие ее между участниками (_____ организации).

Задание в закрытой форме с множеством выбора.

6.Физическое лицо – это граждане, обладающие:

a) правоспособностью;

b) дееспособностью;

c) возрастом с 17 лет;

d) имуществом на праве собственности.

7.Содержание правоспособности физических лиц состоит в том, что граждане могут иметь:

a) имущество на праве собственности;

b) наследовать и завещать имущество;

c) заниматься предпринимательской деятельностью;

d) создавать юридические лица самостоятельно или совместно с другими гражданами;

e) совершать любые сделки, не противоречащие закону.

8.Физическое лицо должно обладать дееспособностью:

a) способность гражданина своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права;

b) создавать для себя гражданские и юридические обязанности;

c) исполнять гражданские юридические обязанности;

d) нести ответственность за юридические обязанности;

e) с 17-летнего возраста..

9.Юридическим лицом признается организация, которая:

a) имеет в собственности имущество;

b) отвечает по обязательствам своим имуществом;

c) может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные права;

d) нести обязанности;

e) не иметь баланс или смету;

f) имеет лицензию.

Задание на установление соответствия:

10.Установите соответствие между юридическими лицами и их формами.

Юр. Лица	Формы
1. ридические лица, являющиеся коммерческими ор-	А. Фонды. В. Потребительские кооперативы. С. ООО.

ганизациями. 2. Юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями.	D. АО и ЗАО. E. Производственные кооперативы. F. Государственные и муниципальные предприятия. G. Общественные и религиозные организации.

11.Коммерческая деятельность базируется на следующих правовых положениях:

a) неприкосновенность собственности;
b) свобода договора;
c) равенство участников коммерческих отношений;
d) реализация своих прав на основе имущественной собственности;
e) досудебная защита своих прав.

12.По форме собственности предприятия могут быть подразделены:

Форма собственности	Виды предприятий
1. частный сектор 2. общественный сектор	A. ОО B. П C. АО и АО D. кооперативы E. государственные: федеральные F. государственные: субъектов федерации и муниципальные предприятия

13.Рынок товаров характеризуется следующими признаками: потенциал, _____, _____ и стабильность.

14.Компоненты модели товарного рынка: потребность - _____ - предложение – продукт – цена - _____

15.Модель Лившица А.Я. характеризует связь, существующую между конкуренцией и выигрышными позициями покупателей в спросе, _____, _____.

16.Понятие рынок включается:

- сфера _____;
- система _____ между продавцами и покупателями _____, с помощью которых осуществляется обращение общественного продукта;
- совокупность существующих и потенциальных _____ товаров и их взаимодействие с _____ товаров.

17.Рынок в широком смысле слова:

- система экономических отношений между _____ и _____ в процессе купли продажи товаров в сфере обмена;
- это механизм, который сводит вместе _____ и _____ товаров;
- это отношения между людьми, которые проявляются через _____ на почве товарного производства и оборота.

18.Рыночная инфраструктура в широком смысле слова – комплекс _____, главная задача которых сводится к доведению товаров от _____ до _____.

19.К торгово-посреднической инфраструктуре относят _____.

Задание в закрытой форме с множеством выбора правильного ответа

20.Установите соответствие процесса его содержанию.

Любая деятельность, в которой используются ресурсы для преобразования входов в выходы, рассматривается как:

- система;
- организация;
- связи;
- процесс.

21.Процессный подход заключается в следующем:

- В рассмотрении деятельности внутри организации с точки зрения потребителя.
- В организации и технологии коммерческой деятельности.
- Обеспечение оптимальных, с точки зрения потребителя, стыковок между функциями подразделений организации.

- Преобразование входных данных в выходные данные, затрачивая при этом минимальные ресурсы.

22.К основополагающим системным характеристикам относятся признаки:

1. Взаимодействие и целостность.
2. Связи.
3. Эффективность.
4. Организация.

23.Интегративные качества.

1. Ведение коммерческой деятельности предприятия становится реальной при системном подходе и взаимной связи:

2 Товарный рынок – торговое предприятие – коммерция - маркетинг – менеджмент – кадры – потребитель.

3 Вход – процесс – выход.

4 .Приемка – хранение – продажа.

24.Деятельность организации через процессы представляется следующим образом:

1. Стратегические процессы.
2. Технологические процессы.
3. Ключевые (основные) процессы.
4. Подпроцессы (обеспечивающие).
5. Задания (обслуживающие процессы)

25.Дееспособными являются все физические лица, кроме:

a) несовершеннолетних, до 17 лет;
b) признанных судом недееспособными;
c) родителей и опекунов;
d) не имеющих имущество на праве собственности.

26. Объекты управления:

1.продукт;
2.персонал;
3.процесс;
4.товар.

27.Субъекты управления:

1.физ.лицо;
2.юр.лицо;
3.имущество;
4.сделки

28. Некоммерческие организации:

1.фонды;

2.кооператив;

3.учреждение;

4.объединение юр.лиц.

29.К акционерным обществам относят:

1.АО;

2.ЗАО.

3.унитарное предприятие;

4.кооператив.

30.К хозяйственным товариществам относят:

1. полное товарищество;

2. товарищество на вере;

3.дочернее хоз.общество;

4. зависимое хоз.общество.

Задание 5

По теме «Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности ритейла »

Установление последовательности

1. В соответствии с теорией систем установите правильную последовательность коммерческой деятельности как системы:

   А) Сфера потребления.

   Б) Технология ведения коммерческой деятельности при продвижении товара от поставщика до потребителя.

   В) Ресурсы: материальные, финансовые, технические, трудовые.

   Г) Экономическое, организационное, информационное обеспечение.

2. Установите правильную последовательность подсистем коммерческой деятельности.

   А) Продажа.

   Б) Хранение.

   В) Распределение.

   Г) Закупка.

Д) Поставка.

3. Установите правильную последовательность организации коммерческой деятельности.

Вид коммерческой деятельности	Элемент коммерческой деятельности
1. Организация коммерческой деятельности	А) Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров. Б) Коммерческая деятельность по оптовой закупке товаров. В) Коммерческая деятельность по розничной продаже товаров.

4. Установите правильную последовательность элементов организации коммерческой деятельности по ее видам.

Виды коммерческой деятельности	Элементы коммерческой деятельности
1. Коммерческая деятельность по оптовой закупке товаров. 2. Коммерческая деятельность по розничной продаже товаров. 3. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров.	А) Организация хозяйственных связей. Б) Реклама товаров. В) Контроль за выполнением договоров. Г) Выбор поставщиков. Д) Изучение спроса покупателей. Е) Формирование ассортимента товаров. Ж) Методы розничной продажи товаров. З) Управление товарными запасами. И) Методы оптовой продажи товаров.

5 Установите правильную последовательность в цепочке создания ценности в сфере обращения.

Организация коммерческой деятельности	Группы операций
Цепочка создания ценности в сфере обращения	А) Коммерческие операции. Б) Маркетинг и продажа. В) Послепродажное обслуживание. Г) Обеспечение сбыта продукции. Д) Обеспечение поставок товаров.

Установка соответствия

6.Установите соответствие между понятиями и их содержанием

Понятия	Содержание
1. Коммерция 2. Маркетинг	А) Управление спросом Б) Освоение рынков сбыта В) Организация купли продажи товаров с целью получения прибыли Г) Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена Д) Рынок Е) Торговля Ж) Деятельность по продаже товаров или услуг с целью получения прибыли

7.Установите соответствие между объектами и субъектами коммерческой деятельности

Понятия	Характеристика
1. Объекты 2. Субъекты 3. Предмет дисциплины	А) Физические лица Б) Юридические лица В) Товары Г) Деньги и ценные бумаги Д) АО, ИП, ЗАО Е) Патенты и лицензии Ж) «Ноу-хау» З) Информация И) Коммерческие процессы

8.Установите соответствие между коммерческой и предпринимательской деятельностью

Понятие	Характеристика
1. Коммерческая деятельность	А) Экономическая деятельность

2. Предпринимательская деятельность 3. Экономическая деятельность 4. Хозяйственная деятельность 5. Бизнес	Б) Организация экономической, производственной, организационной, правовой деятельности, приносящей доход В) Процесс воспроизводства материальных и духовных богатств, включающий производство, распределение, обмен и потребление Г) Порядок организации, руководства и непосредственного осуществления экономической деятельности в соответствии с правилами, устанавливаемыми органами государственной власти и управления и самими хозяйствующими субъектами Д) Вид предпринимательской, хозяйственной, экономической деятельности, связанный с торговлей Е) Экономическая деятельность хозяйствующего субъекта, осуществляемая за счет собственных или заемных средств, связанная со сделками по купле-продаже денежных ресурсов, ценных бумаг и операциями по реализации услуг для получения прибыли Ж) Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ и услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке

9.Выстроить последовательность соотношения между категориями рыночной экономики (от более общего к частному)

Категории	Последовательность

А) Экономическая деятельность Б) Организация экономической, производственной, организационной, правовой деятельности, приносящей доход В) Процесс воспроизводства материальных и духовных богатств, включающий производство, распределение, обмен и потребление Г) Порядок организации, руководства и непосредственного осуществления экономической деятельности в соответствии с правилами, устанавливаемыми органами государственной власти и управления и самими хозяйствующими субъектами	1. Коммерческая деятельность 2. Предпринимательская деятельность 3. Экономическая деятельность 4. Хозяйственная деятельность

10.Соответствие свойств, обладая которыми, объект становится системой

Показатель	Свойства
Система	А) Надежность Б) Эффективность В) Взаимодействие и целостность Г) Связи Д) Организация Е) Интегративные качества

Для проверки уровня освоенных компетенций студентом впишите правильный ответ

11.Общая схема коммерческой деятельности

Собственники, обладатели факторов предпринимательской деятельности	Ф Дф	Предприниматель	Т Дт	Потребитель товара, конечного продукта предпринимательской деятельности

ставить
имеет д

- означает самостоятельную_____;

- означает_____, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров.

13.Цели коммерческой деятельности определяют ее содержание, а именно:

- установление _____с объектами рынка;
- _____источников закупки товаров;
- осуществление _____ с учетом рыночной среды;
- сокращение _____ товаров и др.

14.Коммерческая деятельность регулируется

_____

15.Сфера торговли включает в себя _____.

16.В сферу розничной торговли входят предприятия _____ и _____.

17.В сферу оптовой торговли входят предприятия _____ и _____

18.Современные типы розничных предприятий _____.

19.Современные типы оптовых предприятий _____.

Впишите правильный ответ

20.Коммерция – слово латинского происхождения, от латинского_____.

21._____определяет коммерцию как торг, торговлю, торговые _____ купеческие _____ .

22.Коммерческая деятельность – вид деятельности в условиях рыночной экономики, ориентированной на получение _____, _____.

23.Коммерциализация – подчинение деятельности целям извлечения _____.

24.Определение проф. Панкратова Ф.Г. «Коммерческая работа в торговле представляет собой обширную сферу _____ деятельности торговых организаций и предприятий, направленную на совершенствование процессов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и _____.

25.Определение проф. Дашкова Л.П. и Памбухчиянца В.К. «Коммерческая деятельность заключается в выполнении обширного комплекса взаимосвязанных торгово-организационных _____ операций, направленных на совершение процесса купли-продажи товаров, и оказание торговых услуг с целью получения _____.

26.Цели коммерческой деятельности:

a) с одной стороны, она осуществляет _____ функции между _____ и их _____;

b) с другой стороны, с ее помощью осуществляется реализация продукции путем _____ обмена и превращения _____ покупателя в _____ продавца;

c) с третьей стороны, это обеспечение производства необходимыми _____ и _____ оптовой продукции для получения _____.

27.Акт купли-продажи товаров базируется на основной формуле товарного обращения:

Д – Т - _____

Впишите правильный ответ.

28.Французский словарь Ларусса дает определение коммерции как _____.

29.Американский словарь Вебера дает определение коммерции как _____

30.Роль товарного рынка определяется следующими факторами:

- рациональное сосредоточение и концентрация _____;
- _____ товаров, влияющих на спрос и предложение;
- приспособления_____ товаров через _____ к платежеспособному спросу;
- оздоровление рыночной экономики путем освобождения от _____.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Список источников и литературы

Источники основные:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
3. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/

4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.06.2018) "О защите прав потребителей" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616
2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700
3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393
4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391
5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006
2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260
3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2017 г.)

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс,

	Гарант

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Адреса ресурсов Интернет

Агентство консультаций и деловой информации «Экономика». – Режим доступа : http//www.akdi.ru.

Аналитические доклады по экономическим проблемам России на сайте Национальной электронной библиотеки. – Режим доступа: http//www.nns.rn/analytdok/anal2.html.

Аналитические доклады по экономическим проблемам России на сайте Экспертного института. – Режим доступа : http//www.exin.ru/test/doc.html.

Обзоры состояния экономики России на сайте Института экономики переходного периода. – Режим доступа : http//www.online.rn/sp/iet/trends.

Полнотекстовые публикации по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии. – Режим доступа : http//www.e-management.newmail.ru.

Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы. Бизнес-планы реальных предприятий. – Режим доступа : http//www.cfin.ru.

Учебники, статьи и обзоры по различным аспектам бизнеса. - Режим доступа : http//www.europrimex.com/education/center-line.htm-On-line.

http://www.retailer.ru/

http://www.mdm-light.ru/

http://www.budgetrf.ru - Мониторинг экономических показателей;

http://www.businesspress.ru - Деловая пресса;

http://www.garant.ru - Гарант;

http://www.nta –rus/ru - Национальная торговая ассоциация;

http://www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

http://www.rtpress.ru - Российская торговля;

http://www.torgrus.ru - Новости и технологии торгового бизнеса;

http://www.modul-ek.ru – Торговое оборудование;

http://www.torg.spb.ru – Торговля и ресторанный бизнес;

http://www.nta-rus.com – Оборудование. Технология и оборудования для магазинов и ресторанов;

http://www.f-art.nnov.ru – ТиТО. Торговое и технологическое оборудование;

http://www.trade-design.ru – Торговый дизайн;

http://www.tovr.ru – Торговое оборудование в России.

http://www. kafmr.rggu.ru Сайт кафедры маркетинга и рекламы (библиотека) Здесь более 30 журналов

Информационные издания:

Деньги (**www.dengi.kommersant.ru**). Экономический еженедельник издательского дома «Коммерсант».

Индустрия рекламы (www.ir-magasine.ru). Еженедельный журнал. Среди специалистов в области маркетинга и рекламы занимает одно из первых мест. Основная идея и стиль этого журнала – рецепты успешного бизнеса в России и за рубежом.

Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) (www.dis.ru). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.

Маркетинг и маркетинговые исследования, управление продажами, интернет-маркетинг, бренд-менеджмент и другие. Издательский дом Гребенникова (www.grebennikov.ru) Материалы подготовлены профессиональными практиками в области менеджмента, маркетинга и рекламы.

Маркетолог (www.marketolog.ru **). Ежемесячный журнал.** Посвящен пропаганде маркетинговой теории и практике. Здесь публикуются известные люди в сфере маркетинга. В составе редакции Ф.Котлер.

Практический маркетинг (www.cfin.ru**).** Журнал посвящен практике в сфере маркетинговой деятельности. В нем раскрывается специфика использования на практике маркетингового инструментария. Журнал рекомендуется гильдией маркетологов.

Секрет фирмы (www.sf-online.ru). Еженедельный деловой журнал, раскрывающий технологию успешного бизнеса. Очень компетентная редакция и профессионально подготовленные материалы журналистами.

Эксперт (www.expert.ru). Еженедельный журнал. Один из самых авторитетных деловых журналов, раскрывающих социальный, экономический и духовный смысл российского предпринимательства.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных

1. Лекционные занятия :

- -комплект электронных презентаций/слайдов,
- -аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- -мультимедийная презентация,
- - пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы.

2. Практические занятия :

- -комплект электронных презентаций/слайдов,
- -аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- -мультимедийная презентация,
- -пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Состав программного обеспечения (ПО) (2017 г.)

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
2	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

Состав программного обеспечения (ПО) (2018 г.)
Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
2	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)
Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

Состав программного обеспечения (ПО) (2020 г.)
Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

  - в печатной форме;

  - в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

  - в печатной форме;

  - в форме электронного документа;

  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;

  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;

  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

  - акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

  - передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;

  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы.

9.1 Планы практических занятий

Практическое занятие 1.

Тема 1. . Сущность, содержание, зарубежная и отечественная практика развития коммерции в розничной торговле. 2 часа

Цель занятия. Рассмотреть научные подходы к пониманию сущности и основных понятий коммерческой деятельности. Раскрыть понимание и место коммерции в социальном взаимодействии в сфере ритейла. Овладеть базовыми навыками построения отечественной и зарубежной розничной торговли и тенденциями ее развития. Изучить этапы развития коммерции в сфере ритейла. Выявить типизацию ритейла. Изучить основные

направления развития ритейла в соответствии с Концепцией социально-экономического развития торговли до 2020 года.

Вопросы для обсуждения:

1.Понятие термина «коммерческая деятельность»;. содержание, цели и ее задачи.

2. Процессный и системный подход к коммерческой деятельности.

.3..Развитие коммерции в России: периоды, этапы, их содержание и эволюция.

4..Особенности развития коммерческой деятельности розничной торговли в зарубежных странах: Германии, Франции, США и Японии.

5.Реформирование и тенденции развития коммерции в высокоразвитой рыночной экономике.

6. Анализ состояния и тенденции развития сферы ритейла в России. Инфраструктура рынка.

7. Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия при взаимодействии с внешней средой.

8. Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия, методы их анализа и использование для решения коммерческих задач по доведению продукции от производителей до потребителей.

9. Коммерческая деятельность розничного предприятия под влиянием факторов внешней и внутренней среды.

10.. Основные факторы, оказывающие влияние на развитие современных форматов розничной торговли, и основные проблемы, присущие отрасли. Задачи развития интеграционных процессов в сфере ритейла.

11. Стратегия развития розничной торговли России. Организация франчайзинговой системы розничной торговле.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

Практическое занятие 2

Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. 2 часа

Цель занятия. Изучить субъекты и объекты коммерческой деятельности , их классификацию, виды объединений коммерческих организаций и роль в коммерческом предпринимательстве. Рассмотреть характеристику товара как объекта коммерческой деятельности и их оценку в рыночных условиях (с точки зрения производителя и потребителя), обеспечивающая установление его равновесной цены. Порядок согласования товара как предмета договора: наименование, характеристика и ассортимент. Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг и содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация субъектов коммерческой деятельности в сфере товарного обращения.

2.Объединения коммерческих организаций, их виды и роль в предпринимательстве.

3.Групповые формы коммерческих организаций, их развитие в торговле.

4. Услуги как объект коммерческой деятельности

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 3**

Тема 3. Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы ритейла. 2 часа.

Цель занятия. Рассмотреть научные подходы к пониманию и трактовке сущности и основных понятий инновационных технологий. Раскрыть понимание и место инновации в социальном взаимодействии в сфере ритейла. Овладеть базовыми навыками построения этапов инновационного процесса, умением устанавливать, поддерживать и развивать инновационные технологии в сфере ритейла. Выявить виды и характеристики инноваций. Изучить основные этапы управления инновационными процессами в соответствии с концепцией об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в РФ на период до 2020 года.

Вопросы для обсуждения:

1. Что означает инновация, в чем ее сущность?
2. Основные понятия инновации и инновационной деятельности.
3. Этапы инновационного процесса.
4. Виды и характеристика инноваций.
5. Назначение и область применения инновационных технологий в сфере ритейла.
6. Особенности формирования концепции инновационной политики в РФ.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 4**

Тема3. Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы ритейла. 2 часа.

Цель занятия. Сущность, история и основные понятия RFID и pick by voise в предприятиях сферы оптовой торговли. Рассмотреть научные подходы к пониманию и трактовке сущности и основных понятий RFID и pick by voise. Раскрыть преимущество и место RFID и pick by voise в социальном взаимодействии в оптовых предприятиях. Студент должен знать историю и основные теории инновационной политики, владеть основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятия решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации, знать основы инновационных технологий. об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в РФ на период до 2020 года.

Вопросы для обсуждения

1. Что означает RFID, в чем его сущность?

2. Исторические этапы становления RFID и pick by voise.

3. Основные понятия RFID и pick by voise.

4. Особенности формирования RFID и pick by voise в оптовой торговле.

5. Специфика использования инструментов RFID и pick by voise в оптовой торговле.

6. Сравнительные характеристики RFID и штрихового кодирования.

7.Основные характеристики технологии EDI.

8.Преимущества и недостатки технологии EDI.

9.Организация работы по внедрению технологии электронного обмена данными.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Хо-лин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 5.**

Раздел 2. Методологические основы коммерческой деятельности ритейла

Тема 4. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности ритейла . 2 часа

Цель занятия. Изучить цели и задачи коммерческой деятельности с позиций государства, товаропроизводителей, оптовых торговых предприятий (посредников) и потребителей. Раскрыть структуру и содержание коммерческой деятельности розничного предприятия при взаимодействии с внутренней и внешней средой.

Рассмотреть цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия ритейла; управление коммерческой деятельностью розничного предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничного предприятия.

Вопросы для обсуждения

1. Цели и задачи коммерческой деятельности с позиций государства, товаропроизводителей, оптовых торговых предприятий (посредников) и потребителей.

2. Структура и содержание коммерческой деятельности розничного предприятия.

3. Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия ритейла. 4. Управление коммерческой деятельностью розничного предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления.

5. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничного предприятия.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 6.**

Тема 5. Государственное регулирование коммерческой деятельности

2 часа

Цель занятия. Рассмотреть правовую и нормативную базу государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий сферы торговли: цель, задачи, мероприятия и их содержание. Изучить

правила торговли и организацию в сфере технического регулирования государственного надзора за соблюдением обязательных требований к продукции (межрегиональ-

ные территориальные управления Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии «Ростехрегулирования»).

Вопросы для обсуждения:

1. Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий (организаций).

2. Государственное регулирование во внутренней торговле РФ.

3. Дерегулирование и техническое регулирование.

4.. Правила торговли.

5.Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятий.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 7**

Тема 6. Особенность организации и управления коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговле. 2 часа.

Цель занятия. Изучить сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле; основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях. Раскрыть виды, структуру договора поставки и коммерческие связи предприятий розничной торговли на потребительском рынке. Рассмотреть организационную структуры магазина как эффективного инструмента управления его работой. Понять механизм формирования ассортимента потребительских товаров и его управление.

Изучить коммерческую деятельность по закупке и продаже товаров, методы розничной продажи товаров, их классификацию, содержание операций, результативность. Познакомиться с торговым обслуживанием покупателей и услугами розничной торговли, а также с качеством и культурой торгового обслуживания

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование и управление ассортиментом товаров.
2. Организация закупок товаров.
3. Организация розничной продажи товаров.
4. Организация системы торгового обслуживания покупателей.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

Практическое занятие **8.**

Тема 6. Особенность организации и управления коммерческой деятельностью в предприятиях розничной торговле. 2 часа.

Цель занятия. Изучить сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле; основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях. Раскрыть виды, структуру договора поставки и коммерческие связи предприятий розничной торговли на потребительском рынке. Рассмотреть организационную структуры магазина как эффективного инструмента управления его работой. Понять механизм формирования ассортимента потребительских товаров и его управление.

Изучить коммерческую деятельность по закупке и продаже товаров, методы розничной продажи товаров, их классификацию, содержание операций, результативность. Познакомиться с торговым обслуживанием покупателей и услугами розничной торговли, а также с качеством и культурой торгового обслуживания

Вопросы для обсуждения:

1. Определение спроса и предложения на потребительском рынке, его потенциала и емкости.

2.Изучение конъюнктуры потребительского рынка

3.Предпосылки и тенденции развития потребительского рынка.

4. Оценка качества и культуры торгового обслуживания

4.Оценка необходимого объема хозяйственной деятельности.

5. Население района предполагаемого размещения.

6. Оценка возможностей данного географического сегмента рынка.

7. Выбор зоны размещения торгового предприятия.

8. Выбор конкретной точки размещения торгового предприятия.

9. Показатели развития розничных торговых сетей: ситуация на розничном рынке; ограничения в законодательстве; экономические и политические риски; проблемы и возможности на розничном рынке; структура розничных сетей; наличие современных торговых площадей на 1000 жителей; тенденции развития розничного рынка; рекомендации о выходе на рынок.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

Практическое занятие 9

Тема 7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга 2 часа

Цель занятия. Рассмотреть концепцию и содержание метода импульсивных покупок, а также теорию и практику анализа уровня вовлеченности для прогнозирования по-

ведения покупателя по отношению к товарам, внутренний и внешний поиск товара потребителем.

Изучить признаки группировки товаров и факторы, влияющие на поведение покупателя в торговом зале. Раскрыть методологию продажи товаров по «Методу ABC». Выявить распределение товаров в группы A, B и C по маркетинговым характеристикам и оценку их эффективности анализа привлекательности, выбора оптимального варианта размещения товарного отдела. Изучить современные методы розничной продажи товаров.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция и содержание метода импульсивных покупок.
2. Признаки группировки товаров и факторы, влияющие на поведение покупателя в торговом зале.
3. Принципы и анализ внедрения метода импульсивных покупок, зонирование торгового зала в соответствии с психологией покупателя.
4. Продажа товаров по «Методу ABC»: социально-экономическая сущность и разделение товаров на группы адекватно поведению покупателей при формировании ассортимента товаров в торговом зале.
5. Распределение товаров в группы A, B и C по маркетинговым характеристикам и оценка их эффективности.
6. Анализ привлекательности и выбор оптимального варианта размещения товарного отдела.
7. Характеристика современных методов розничной продажи товаров.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616
2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700
3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

Практическое занятие 10.

Тема 8. Торговые и технологические процессы в предприятиях розничной торговли. 2 часа

Цель занятия. Изучить факторы, влияющие на структуру торгово-технологического процесса и структурные части торгово-технологического процесса в магазине, их характеристику.

Выявить принципы построения торгово-технологического процесса в магазине, технологию операций по поступлению и приемке, хранению и подготовки товаров к продаже. Раскрыть размещение и выкладку товаров в торговом зале, технологию розничной продажи товаров.

Рассмотреть формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров..

Вопросы для обсуждения:

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

2. Принципы построения торгово-технологического процесса в магазине. Технология розничной продажи товаров.

3. Формы торгового обслуживания покупателей. Методы продажи товаров.

4. 4. Классификация услуг розничной торговли и предъявляемые к ним требования.

5. Качество торгового обслуживания. Внемагазинные формы торгового обслуживания покупателей.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 11.**

Тема 9. Формирование рекламно-информационного пространства в современных предприятиях розничной торговли. 2 часа.

Цель занятия. Рассмотреть понятие и содержание рекламно-информационного пространства предприятий розничной торговли, а также основные цели формирования рекламно-информационного пространства. Изучить классификацию и характеристику POS-материаловов для применения в розничных торговых предприятиях, методологию применения POS-материалов. Выявить основные виды и средства рекламы, применяемые при оформлении экстерьера и интерьера магазина. Раскрыть промоушн-акции, применяемые в предприятиях розничной торговли: краткосрочное ценовое стимулирование, и длительные программы поощрения покупок.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и содержание рекламно-информационного пространства предприятий розничной торговли.
2. Основные цели формирования рекламно-информационного пространства.
3. Классификация и характеристика POS-материалов для применения в розничных торговых предприятиях.
4. Рынок POS-материалов.
5. Виды и средства рекламы, применяемые при оформлении экстерьера и интерьера магазина.
6. Виды рекламы, применяемые в процессе продажи товаров. Принципы эффективного мерчандайзинга: цена, место, эксклюзив.
7. Методология размещения средств POS в местах продажи товаров. Критерии оценки и методология оценки эффективности рекламно-информационного пространства.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

***Практическое занятие* 12.**

Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия розничной торговли 2 часа

Цель занятия. Изучить основные экономические показатели коммерческой деятельности розничного предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль,товарооборачиваемость, количество оборотов товарных запасов и др. Экономическая эффективность. Раскрыть факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности и методологию решения задач по анализу коммерческой деятельности. Рассмотреть влияние коммерческой деятельности на основные экономические показатели розничного предприятия: оборот (объем продажи) товаров, валовый доход, торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыль от реализации товаров.

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ и оценка экономических показателей: товарооборота, валового дохода, торговых издержек, связанных с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыли и рентабельности.

2. Анализ и оценка удельных показателей эффективности торгового предприятия: доли оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработанная плата, приходящиеся на одного работающего.

3.Ситуационные задачи по анализу коммерческой деятельности.

Литература

основная:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/512616

2. Егоров, Ю. Н. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - Москва : НИЦ ИН-ФРА-М, 2016. - 256 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010967-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/507700

3. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043393

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2017. - 500 с.ISBN 978-5-394-01418-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/317391

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетя-ми : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044008

дополнительная:

1. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Ле-бедева, Т.В. Панкина. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. — (Высшее об-разование). - ISBN . - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044006

2. Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/916260

3. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 356 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/414947

4. Элияшева, М. И. Управление изменениями в организации : учеб. пособие / М.И. Элияшева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. - 88 с. - ISBN 978-5-7638-3810-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032071

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Практические занятия проводятся по наиболее сложным вопросам и темам разделов дисциплины и имеют своей целью: закрепить знания, полученные во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам коммерции; сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности; осуществить контроль за качеством усвоения студентами учебной программы.

Подготовку к занятиям следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя.

Вначале необходимо изучить план практического занятия, содержание основных вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. При этом следует спланировать самостоятельную работу к занятию, следующим образом: по какой проблеме, какие источники, где и когда следует найти и изучить; по каким вопросам подготовить краткие письменные ответы, выступления или доклады.

Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные литературные источники и ознакомиться с их содержанием по вопросам занятия, при этом отметить те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются более подробно и на полях плана семинара сделать пометку: номер литературного источника и номера страниц (например, 1, С. 56-61).

По некоторым проблемам коммерции следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и интернет ресурсах. В тетрадь необходимо выписать план семинара и по каждому вопросу составить библиографию, которая в дальнейшем будет использована для решения коммерческих задач в профессиональной деятельности.

В процессе углубленного чтения литературы можно составлять краткие конспекты, тезисы своих выступлений, делать необходимые выписки, чтобы затем на семинаре активно участвовать в обсуждении всех вопросов. Конспекты лучше вести в той же тетради, в которой конспектируются лекции по данной дисциплине.

Подготовка к докладу на актуальные темы требует следующего подхода к самостоятельной работе: консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы, составлению плана доклада, написанию его текста с учетом теоретического содержания и практики профессиональной деятельности, логикой и доказательностью высказываемых суждений и предложений, конкретными примерами и обобщающими выводами. Содержание доклада должно быть не более 5 - 7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут.

Методика чтения доклада включает: свободной владение материалом и его изложение разговорным языком; умение поддерживать контакт с аудиторией, применять технические средства, наглядные пособия, примеры.

Перед выступлением в аудитории следует потренироваться в чтении доклада. Если есть возможность, то записать свое выступление на видео или диктофон, просмотреть, прослушать сделанную запись и устранить недостатки (продолжительность доклада, неак-

туальные и непонятные высказывания, ошибки в ударении, неправильное произношение слов).

В заключительном слове преподаватель оценивает выступления студентов, поясняет вопросы, которые оказались слабо усвоенными. Результаты самостоятельной работы при подготовке к семинару студентов и докладу учитываются при аттестации студента (экзамене).

Контроль за самостоятельной работой студента осуществляют путем тестирования по тестовым заданиям, разработанным по темам дисциплины.

9.3. Задания для самостоятельной работы студентов

9.3.1.Тестовые задания для самоаттестации студентов

Вариант 1

1. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
2. Формирование торгового ассортимента и факторы его обуславливающие.
3. Коммерческая система представляет собой единый комплекс товаров и услуг, функционально зависит от:

а) исходных составляющих системы (субъекты коммерции, факторы взаимодействия);

б) сочетание составляющих системы, в числе которых коммерческие связи, выбор функций;

в) климатических условий;

г) системы повышения квалификации сотрудников.

Вариант 2

1. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
2. Методы розничной продажи товаров их технология и эффективность.
3. Основной целью коммерческой деятельности является:

а) стабильность цен;

б) оптимизация денежного баланса;

в) получение прибыли;

г) повышение производительности труда.

Вариант 3

1. Услуги как объект коммерческой деятельности.

2. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.

3. Имущественный кодекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг:

а) торговое предприятие;

б) инфраструктура рынка;

в) объект коммерческой деятельности;

г) арбитраж.

Вариант 4

1. Прямые и опосредованные закупки товаров в розничной торговле, структура каналов.

2. Методика анализа местоположения магазина в торговой зоне и его конкурентоспособности.

3. К основным направлениям коммерческой деятельности относятся:

а) установление партнерских отношений;

б) сбыт-продажа товаров;

в) предоставление услуг;

г) разработка технологических карт/картограмм

Вариант 5

1.Мерчандайзинг в организации розничных продаж, практический опыт.

2. Государственное регулирование деятельности коммерческих организаций.

3. Принципами коммерческой деятельности являются:

а) обоснование коммерческих приоритетов и использование принципов маркетинга;

б) принцип планирования коммерческой деятельности;

в) профилактика коммерческих рисков;

г) повышение ответственности за принятие обязательств.

Вариант 6

1. Коммерческие отношения продавца и покупатели с посредниками.

2. Управление товарной политикой и контроль за ассортиментом.

3. Какая из нижеперечисленных организационно-правовых форм предприятий отсутствует в российском законодательстве?

а) акционерные общества открытого типа;

б) акционерные общества закрытого типа;

в) общество с ограниченной ответственностью;

г) товарищество с ограниченной ответственностью.

Вариант 7

1. Формы кооперации в торговле.

2. Особенности организации коммерческой деятельности гипермаркета: практический опыт.

3. Объектами коммерческой деятельности являются:

а) торговые предприятия;

б) продавцы (персонал);

в) потребители;

г) товары и услуги.

Вариант 8

1. Структура коммерческих процессов в ритейле.

2. Организация франчайзинговой системы в розничной торговле: практический опыт.

3. Дистрибьюторы с полным набором услуг приобретают продукцию у основных изготовителей, складируют и реализуют ее в режиме сервисного обслуживания:

а) да;

б) нет.

Вариант 9

1. Показатели оценки формирования ассортимента товаров.

2. Инструментарий мерчандайзинга, используемый в торговле.

3. Отличия в формах и методах коммерческой деятельности в период административно-плановой и рыночной экономики:

а) имеют место;

б) слабо проявляются;

в) не имеются;

г) существуют только в государственном секторе.

Вариант 10

1. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке.
2. Организация доставки товаров в розничное торговое предприятие.
3. Что означает понятие «коммерческая деятельность»?:

а) оперативно-организационную деятельность предприятий, направленную на совершение актов «купли-продажи» товаров для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли;

б) распределение товарных ресурсов;

в) учет и контроль за движением материальных ценностей;

г) деятельность по развитию торгово-посреднических структур.

Вариант 11

1. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.
2. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.
3. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, включая торгово-посредническую, посредническую, ….. операции.

а) консультационную;

б) законодательную;

в) контрольную;

г) производственную.

Вариант 12

1. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
2. Понятие и содержание RFID-технологии.
3. Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости Д-Т и Т-Д?

а) не имеет прямого отношения;

б) имеет косвенное отношение;

в) раскрывает сущность закупочной работы;

г) в зависимости от местонахождения и назначения предприятия.

Вариант 13

1. Конкуренция на рынке и ее виды, анализ позиции и конкурентоспособности магазина.
2. Сущность и содержание pick by voise в предприятиях сферы ритейла.
3. Что понимается под «консигнацией»?

а) расписка, выдаваемая дилером поставщику на отгрузку товаров;

б) поручение одной стороной (консигнатором) другой стороне (консигнанту) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;

в) поручение одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнантору) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;

г) документ, выдаваемый консигнатором консигнанту для вывоза со склада товаров, находящихся за рубежом.

Вариант 14

1. Организация и технология торговых процессов вмагазине.
2. Фирменный стиль, его элементы и функции.
3. Может ли магазин от чужого имени и за свой счет закупать и продавать товар?

а) нет, не может;

б) может от своего имени и за свой счет;

в) может, если заключено соглашение о предоставлении права на продажу товара;

г) может от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 15

1. Основные виды стимулирования продаж.
2. Организационно-экономическая характеристика, преимущества и недостатки магазина дискаунта.
3. Как осуществляются комиссионные операции в торгово-посреднической деятельности?

а) посредник действует от своего имени, но за чужой счет;

б) посредник действует от чужого имени, но за свой счет;

в) посредник действует от своего имени и за свой счет;

г) посредник действует от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 16

1. Классификация торговых предприятий.

2. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.

3. Что означает рентабельность в торговле?

а) отношение оборота к прибыли;

б) сумма денег для покрытия неблагоприятных колебаний;

в) отношение прибыли к обороту;

г) отношение прибыли к обороту в процентах;

Вариант 17

1. Организация оптовых закупок товаров.

2. Организационно-экономическая характеристика основных форматов магазинов иностранных розничных торговых сетей.

3. Закупка товаров по своей экономической природе представляет:

а) оптовый товарооборот;

б) мелкооптовый товарооборот;

в) розничный товарооборот;

г) все вместе взятое.

Вариант 18

1. Розничная продажа товаров: методы, организация и эффективность.

2. Правила торговли на рынке потребительных товаров.

3. Сфера обмена товарами или группами товаром и услугами между товаровладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда:

а) потребительский рынок;

б) товарный рынок;

в) торговая есть;

г) бартер.

Вариант 19

1. Мерчендайзинг, его роль и эффективность.

2. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.

3. Процесс физического перемещения товаров от производителя к месту продажи или потребления:

а) товародвижение;

б) товарооборот;

в) товарооборачиваемость;

г) товароснабжение.

Вариант 20

1. Структура торгового процесса предприятия розничной торговли и последовательность выполнения операций по доведению товаров до потребителей.

2. Организация электронной торговли на потребительском рынке.

3. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:

а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;

б) экономические отношения;

в) коммерческие взаимоотношения;

г) административно-правовые отношения;

д) совокупность хозяйственных отношений.

Вариант 21

1. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.

2. Бизнес-модель формата Cash and Carry в оптовой торговле.

3. Что относится к признакам развитого рынка?

а) характеристика рынка как рынка покупателей;

б) конкурентный характер;

в) возможность и необходимость сегментирования рынка;

г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 22

1. Методы розничной продажи товаров.

2. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.

3. Выделите основные цели предпринимательства:

а) производство и продажа товаров/услуг;

б) прибыль;

в) социальные;

г) все вышеперечисленные варианты ответов.

Вариант 23

1. Сущность и содержание технологии EDI в коммерции.
2. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
3. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями:

а) основные условия поставок отдельных товаров;

б) особые условия поставок;

в) положение о поставках продукции производственного назначения;

г) Гражданский кодекс РФ.

Вариант 24

1. Новые формы обслуживания потребителей за счет ЭКУ.
2. Организационно-экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже продовольственных и непродовольственных товаров.
3. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

а) направления стороной предложения заключить договор;

б) оформления договора в письменной форме;

в) получения ответа на предложение (оферта);

г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 25

1. Технология business – too – business (B2B) в оптовой торговле товарами народного потребления: практический опыт.
2. Управление размерами товарных запасов. Стратегии образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.
3. Чем вызваны причины существования на рынке ниш для малых предприятий?

а) колебанием на рынке;

б) спросом на товар;

в) ориентацией большого и среднего бизнеса на массовое производство товаров;

г) эффективной рекламой.

Вариант 26

1.Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.

2.Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.

3.Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, включая торгово-посредническую, посредническую, ….. операции.

а) консультационную;

б) законодательную;

в) контрольную;

г) производственную.

Вариант 27

1.Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.

2.Понятие и содержание RFID-технологии.

3.Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости Д-Т и Т-Д?

а) не имеет прямого отношения;

б) имеет косвенное отношение;

в) раскрывает сущность закупочной работы;

г) в зависимости от местонахождения и назначения предприятия.

Вариант 28

1.Конкуренция на рынке и ее виды, анализ позиции и конкурентоспособности магазина.

2.Сущность и содержание pick by voise в предприятиях сферы ритейла.

3.Что понимается под «консигнацией»?

а) расписка, выдаваемая дилером поставщику на отгрузку товаров;

б) поручение одной стороной (консигнатором) другой стороне (консигнанту) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;

в) поручение одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнатору) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;

г) документ, выдаваемый консигнатором консигнанту для вывоза со склада товаров, находящихся за рубежом.

Вариант 29

1.Контроль за выполнением договорных обязательств.

2.Фирменный стиль, его элементы и функции.

3. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

а) направления стороной предложения заключить договор;

б) оформления договора в письменной форме;

в) получения ответа на предложение (оферта);

г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 30

1.Основные виды стимулирования продаж.

2.Организационно-экономическая характеристика, преимущества и недостатки магазина дискаунта.

3.Что относится к признакам развитого рынка?

а) характеристика рынка как рынка покупателей;

б) конкурентный характер;

в) возможность и необходимость сегментирования рынка;

г) все перечисленные варианты ответов.

9.3.2.Тематика рефератов и научных докладов:

1. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности в предприятиях розничной торговли.

2. Организация и развитие коммерческой деятельности в условиях рыночной экономики на современном этапе.

3. Коммерческая система в сфере товарного обращения.

4. Содержание коммерческой деятельности по розничной продаже товаров, ее основные принципы, цели и задачи.

5. Инфраструктура рынка и торговой зоны, оценка привлекательности предпринимательского климата.

6. Сущность коммерческих связей и принципы их формирования.

7. Концепция коммерческих услуг, классификационные признаки.

8. Стратегия тактика маркетинга в коммерции.

9. Регулирование хозяйственных связей между поставщиками и покупателями в сфере торгово-посреднического бизнеса.

10. Основные формы торговли на рынке, их роль и отличительные особенности.

11. Риск в коммерческой деятельности, его формы и программы управления рисками.

12.Маркетинговая характеристика товара и ее значение в сфере торгово-посреднического бизнеса

13.Планирование и организация сбыта товаров

14.Управление товарным запасом в розничной торговле и его влияние на торговый ассортимент

15. Товарный мерчандайзинг и его роль в сфере торгово-посреднического бизнеса

16.. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке товаров в сфере ритейла ;

17.. Розничные торговые коммерческие структуры, их виды, функции и организационное построение;

18. Коммерческий риск и способы его снижения.

19. Роль и задачи коммерческой работы на современном этапе.

20. Система показателей анализа эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

21. Социально-экономическая сущность розничной торговли.

22. Организационные формы управления розничной торговлей.

23. Формы и методы розничной продажи товаров и условия их применения.

24. Торговые услуги и их роль в деятельности ритейла .

25. Формирование рекламно-информационного пространства.

26. Организация хозяйственных связей при розничной продаже товаров.

Приложение 1.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина *«Коммерческая деятельность: розничная торговля»* является частью блока дисциплин по выбору учебного плана. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.

Цель дисциплины: дать студентам глубокие теоретические и практические знания в области организации и технологии коммерческой деятельности розничной торговли, умения и навыки работы в условиях современного ритейла, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к условиям работы на предприятиях в сфере торговли и оптимизировать их деятельность с учетом инновационного механизма достижений отечественного и зарубежного опыта в области применения инструментов маркетинга.

Задачи:

- рассмотрение роли маркетингового, рекламного и технологического обеспечения в формировании коммерческой деятельности розничного предприятия;
- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере ритейла; обеспечение понимания студентами маркетингового подхода к организации торгово-технологического процесса в розничной торговле;
- обучение современным подходам, формам и методам работы маркетолога в управлении коммерческой деятельности по розничной торговле;
- формирование у студентов ценности роли и значения коммерческой деятельности в деятельности современного ритейла;
- обучение студентов методам профессиональной оценки внедрения инновационных процессов и их влияния на развитие сферы ритейла;
- ознакомление с государственным регулированием коммерческой деятельности по сфере розничной торговли;
- определение результативности коммерческой деятельности розничного предприятия торговли.

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции:

ПК-12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности в розничной торговле;
- методологические основы коммерческой деятельности в розничной торговле, ее составляющие элементы;
- договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением;
- государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности. Уметь:
- формировать рекламно-информационное пространство ритейла;
- применять инновации в коммерческой деятельности ритейла;
- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение;
- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

Владеть:

- прогрессивными методами розничной продажи товаров;
- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности в розничной торговле на предприятиях;
- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности розничного предприятия торговли;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных опросов и тестов, промежуточная аттестация в форме зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Приложение 2

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1 *Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС*	*11.05.2017 г.*	10
2	Приложение №2 *Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС*	*17.05.2018 г*	9
3	Приложение №2 *Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС*	*31.08.2019*	1

Приложение к листу изменений №1

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2017 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 19 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Приложение к листу изменений №3

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Приложение к листу изменений №3

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)
Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

Приложение к листу изменений №4

Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (*лицензионное или свободно распространяемое*)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободнораспрост-раняемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распро-страняемое
6	SPSS Statisctics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statisctics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное