

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра коммерции и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление торговым предприятием

Образовательная программа

38.03.06 Торговое дело

Профиль подготовки
Коммерция

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная, заочная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины «Управление торговой организацией» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) от 12 ноября 2015 г. №1334.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Амирова М.М., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2018г.
протокол № 1

Зав. кафедрой mmj Умавов Ю.Д.

на заседании Методической комиссии факультета управления от
«31» августа 2018 г., протокол №1

Председатель Гашимова Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим
управлением «31» августа 2018г. mm

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины.....	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	9
4.1. Объем дисциплины.....	9
4.2. Структура дисциплины	9
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)....	11
5. Образовательные технологии	15
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов...	16
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.	20
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.	20
7.2. Типовые контрольные задания.....	20
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	28
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.	30
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.	31
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....	31
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	32
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	32

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Управление торговой организацией» является обязательной дисциплиной вариативной части учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы «Коммерция».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со знаниями необходимыми для глубокого понимания сути и особенностей конкретных управленческих инструментов в торговой организации.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Рассматриваются вопросы определения понимания сути и особенностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения туристского продукта;

Дисциплина нацелена на формирование следующих профессиональных компетенций выпускника: ПК-2, ПК-9.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе 144 академических часов по видам учебных занятий.

Семес тр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциров анный зачет, экзамен	
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экза мен		
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
7	144	18		36			54+3 6	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление торговой организацией» является формирование комплекса теоретических знаний и компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области управления экономической деятельностью торговой организации и созданию благоприятной инфраструктуры.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Управление торговой организацией» входит в состав вариативной части учебного плана по направлению 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы «Коммерция».

Для освоения дисциплины «Управление торговой организацией» обучающиеся должны знать, применять и уметь адаптировать основные положения следующих предшествующих дисциплин: «Менеджмент», «Коммерческая деятельность», «Введение в профессию (торговое дело)», «Организация предпринимательской деятельности в торговле», «Оценка хозяйственных рисков торговой деятельности». Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ПК - 7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает: - механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий; - методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций;

		Умеет: - планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей. Владеет: - методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.
ПК - 9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает: - предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; - стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий;

		- стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий. Умеет: - анализировать внешнее окружение организации, отрасли конкурентной ситуации, анализировать внутреннюю среду организации, применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем диверсифицированной компании; - участвовать в разработке комплексной стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; - оценивать условия и последствия принимаемых управленческих решений;- подготовить экономическое обоснование по внедрению технологий и продуктовых инноваций; - принимать стратегические и тактические решения в области перспективной
--	--	---

		деятельности предприятия на рынке; - использовать основные принципы и методы формирования конкурентных стратегий; - осуществлять контроль и аудит деятельности организации. Владеет: - различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; - навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; - навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.
--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Конт сам. раб.		
Модуль 1. Теоретические основы управления торговой организацией									
1	Тема 1.1. Рыночная система экономики, ее основные элементы	7	1, 2	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Виды предпринимательской деятельности	7	3,4	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема 1.3 Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности	7		2	4				
	Итого по модулю 1:	36		6	12			18	тестирование
Модуль 2: Основные технико-экономические компоненты управления торговой организацией									
4	Тема 2.1. Основные фонды (средства)	7	5,6	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
5	Тема 2.2. Оборотные средства	7	7,8	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
6	Тема 2.3. Трудовые ресурсы	7	9,10	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий

	<i>Итого по модулю 2:</i>	36		6	12			18	тестирование
	Модуль 3: Показатели и результаты управления торговой организацией.								
7	<i>Тема 3.1</i> Продукция торговой организации, товарооборот Товарное обеспечение товарооборота.	7	11	2	4				
8	<i>Тема 3.2</i> Доходы торговых организаций, источники доходов	7	12	2	4				
9	<i>Тема 3.3</i> Расходы и себестоимость продукции и услуг	7	13		4				
10	<i>Тема 3.4</i> Прибыль и рентабельность	7	14	2	4				
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36		6	16			16	тестирование
	Модуль 4. Итоговый контроль								
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36							экзамен
	ИТОГО:	144		18	36			54	

Форма обучения: заочная

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ	Количество часов			
	Всего	в том числе		
		Лекции	Практ. занятия	Самост. работа
<i>Тема 1.1.</i> Рыночная система экономики, ее основные элементы	14	1		13
<i>Тема 1.2.</i> Виды предпринимательской деятельности	15	1	1	13
<i>Тема 1.3</i> Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности	14	1	1	12
<i>Тема 2.1.</i> Основные фонды (средства)	13		1	12
<i>Тема 2.1.</i> Основные фонды (средства)	14	1	1	12

<i>Тема 3.1</i> Продукция торговой организации, товарооборот Товарное обеспечение товарооборота.	12	1	1	12
<i>Тема 3.2</i> Доходы торговых организаций, источники доходов	14	1	1	12
<i>Тема 3.3</i> Расходы и себестоимость продукции и услуг	13		1	12
<i>Тема 3.4</i> Прибыль и рентабельность	13		1	12
<i>Контроль сам.работы</i>	9			12
<i>Экзамен</i>				
ИТОГО:	144	6	9	119

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Теоретические основы управления торговой организацией

Тема 1.1. Рыночная система экономики, ее основные элементы

Организация - основное звено экономики и самостоятельная социально-экономическая система. Организационно-правовые формы юридических лиц. Формы собственности

Тема 1.2. Виды предпринимательской деятельности

Виды предприятий по масштабам деятельности: малые, средние, крупные. Внутриотраслевая классификация организации торговли. Вертикальная и горизонтальная интеграция.

Тема 1.3 Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности

Внешняя среда организация. Прямое воздействие внешней среды на экономику организация: государство, поставщики, потребители, конкуренты. Косвенное воздействие внешней среды на экономику торговой организации: состояние экономики, социальные и политические факторы, достижения НТР, международное экономическое влияние. Государственное регулирование деятельности организаций. Воздействие государства на предприятия с помощью законов и органов регулирования. Информационное и методическое обеспечение функционирования организации.

Модуль 2: Основные технико-экономические компоненты управления торговой организацией

Тема 2.1. Основные фонды (средства)

Понятие основных средств. Состав и структура основных средств. Физический и моральный износ. Амортизация, порядок начисления. Оценка и учет основных средств. Анализ основных фондов - коэффициенты износа,

обновления, выбытия. Фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность. Пути повышения эффективности использования основных средств. Финансирование воспроизводства основных фондов, его источники. Аренда. Лизинг. Нематериальные активы - понятие, эффективность использования.

Тема 2.2. Оборотные средства

Состав, структура, формирование оборотных средств. Материальные запасы в организации и методы их учета. Определение потребности в оборотных средствах. Расчет норматива Показатели использования оборотных средств торговой организации. Пути повышения эффективности использования.

Тема 2.3. Трудовые ресурсы

Рынок труда и его сущность. Формы и системы оплаты труда.

Расходы торговой организации на оплату труда. Фонд оплаты труда. Единый социальный налог: назначение, схема начисления.

Анализ и планирование численности персонала и средств на оплату труда.

Показатели производительности труда, эффективности использования трудовых ресурсов и средств на оплату труда.

Модуль 3: Показатели и результаты управления торговой организацией.

Тема 3.1 Продукция торговой организации, товарооборот. Товарное обеспечение товарооборота.

Основные показатели деятельности торговых организаций. Реализация товаров как основной вид деятельности организации торговли. Состав, структура, классификация оборота торговой организации.

Экономическая связь объема реализации с уровнем валового дохода, прибыли и эффективностью использования материальных и трудовых ресурсов предприятия.

Анализ, прогноз и планирование товарооборота и его структуры. Оценка достигнутых результатов. Сущность и назначение товарных запасов. Виды товарных запасов. Факторы, влияющие на объем товарных запасов. Балансовая увязка объема реализации товаров, товарных запасов и поступления товаров. Анализ размера, состава и оборачиваемости товарных запасов. Оценка влияния состояния товарных запасов на объем и структуру товарооборота. Обоснование норматива товарных запасов. Методы расчета.

Сущность и назначение товарных запасов. Виды товарных запасов. Факторы, влияющие на объем товарных запасов. Балансовая увязка объема реализации товаров, товарных запасов и поступления товаров. Анализ размера, состава и оборачиваемости товарных запасов. Оценка влияния состояния товарных запасов на объем и структуру товарооборота. Обоснование норматива товарных запасов. Методы расчета.

Тема 3.2. Доходы торговых организаций, источники доходов

Наценки как основной источник дохода. Доходы от реализации и внереализационные доходы. Анализ валовых доходов от реализации, исследование влияния факторов на их величину. Расчет валовых доходов на планируемый период. Связь ценовой политики с уровнем доходов торговой организации. Специфика стратегии ценообразования в торговых организациях.

Тема 3.3. Расходы и себестоимость продукции и услуг

Понятие расходов, издержек обращения, себестоимости продукции. Классификация расходов торговых организаций. Постоянные и переменные. Прямые и косвенные. Их характеристика и взаимосвязи.

Состав расходов торговых организаций по статьям. Нормирования статей расходов для начисления налога на прибыль.

Анализ издержек торговой организации по статьям. Оценка факторов, определяющих общий уровень и структуру издержек. Пути снижения затрат. Точка безубыточности. Планирование издержек обращения

.

Тема 3.4. Прибыль и рентабельность

Прибыль как основной показатель коммерческой деятельности торговой организации. Прибыль от реализации и других видов деятельности. Налогооблагаемая прибыль. Понятие рентабельности организации. Система показателей рентабельности.

Факторы, влияющие на объем прибыли и рентабельности торговой организации их анализ. Сущность и природа хозяйственных рисков. Их профилактика и страхование.

Основные направления использования прибыли. Планирование прибыли. Сущность налога и его значение в экономике страны. Нормативно - правовая база налога на прибыль. Объекты, субъекты и льготы по налогу на прибыль организаций торговли. Порядок исчисления налога на прибыль торговых организаций.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Теоретические основы управления торговой организацией

Тема 1.1. Рыночная система экономики, ее основные элементы

- 1) Организация - основное звено экономики и самостоятельная социально-экономическая система.
- 2) Организационно-правовые формы юридических лиц.
- 3) Формы собственности.

Тема 1.2. Виды предпринимательской деятельности

- 1) Виды предпринимательской деятельности
- 2) Внутриотраслевая классификация организации торговли.

Тема 1.3 Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности

- 1) Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности.
- 2) Внешняя среда организации.
- 3) Прямое воздействие внешней среды на экономику организации: государство, поставщики, потребители, конкуренты.
- 4) Косвенное воздействие внешней среды на экономику торговой организации: состояние экономики, социальные и политические факторы, достижения НТР, международное экономическое влияние.

Модуль 2: Основные технико-экономические компоненты управления торговой организацией

Тема 2.1. Основные фонды (средства)

- 1) Оценка и учет основных средств.
- 2) Пути повышения эффективности использования основных средств.
- 3) Финансирование воспроизводства основных фондов, его источники. Аренда. Лизинг.

Тема 2.2.оборотные средства

- 1) Определение потребности в оборотных средствах. Расчет норматива.
- 2) Показатели использования оборотных средств торговой организации.
- 3) Пути повышения эффективности использования оборотных средств.

Тема 2.3. Трудовые ресурсы

- 1) Рынок труда и его сущность.
- 2) Формы и системы оплаты труда.
- 3) Расходы торговой организации на оплату труда.
- 4) Фонд оплаты труда.

Модуль 3: Показатели и результаты управления торговой организацией.

Тема 3.1 Продукция торговой организации, товарооборот. Товарное обеспечение товарооборота.

- 1) Основные показатели деятельности торговых организаций.
- 2) Реализация товаров как основной вид деятельности организации торговли.
- 3) Состав, структура, классификация оборота торговой организации.
- 4) Состав, структура, классификация оборота торговой организации.
- 5) Сущность и назначение товарных запасов.
- 6) Сущность и назначение товарных запасов.
- 7) Виды товарных запасов.
- 8) Факторы, влияющие на объем товарных запасов.

Тема 3.2. Доходы торговых организаций, источники доходов

- 1) Связь ценовой политики с уровнем доходов торговой организации.
- 2) Специфика стратегии ценообразования в торговых организациях.

Тема 3.3. Расходы и себестоимость продукции и услуг

- 1) Сущность налога и его значение в экономике страны.

- 2) Нормативно-правовая база налога на прибыль.
- 3) Объекты, субъекты и льготы по налогу на прибыль организаций торговли.
- 4) Порядок исчисления налога на прибыль торговых организаций.

Тема 3.4. Прибыль и рентабельность

Прибыль как основной показатель коммерческой деятельности торговой организации.

- 1) Прибыль от реализации и других видов деятельности.
- 2) Налогооблагаемая прибыль. Понятие рентабельности организации.
- 3) Система показателей рентабельности.
- 4) Факторы, влияющие на объем прибыли и рентабельности торговой организации их анализ.
- 5) Основные направления использования прибыли.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс-метода (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта товароведной деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по анализу пищевой ценности продовольственных товаров, организация хранения, проведения контроля качества и экспертизы товаров;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Маркетинг» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<i>Тема 1.1.</i> Рыночная система экономики, ее основные элементы	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 1.2.</i> Виды предпринимательской деятельности	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 1.3</i> Организация как субъект и объект предпринимательской деятельности	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 2.1.</i> Основные фонды (средства)	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 2.2.</i> Оборотные средства	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 2.3.</i> Трудовые ресурсы	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 3.1</i> Продукция торговой организации, товарооборот Товарное	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций,

обеспечение товарооборота.		тезисов, тестирование
<i>Тема 3.2</i> Доходы торговых организаций, источники доходов	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 3.3</i> Расходы и себестоимость продукции и услуг	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование
<i>Тема 3.4</i> Прибыль и рентабельность	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка проектов. Подготовка тезисов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта, презентаций, тезисов, тестирование

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Тематика рефератов:

1. Государственное регулирование торговой деятельности в РФ
2. Развитие торговых сетей в РФ

3. Развитие современных форматов розничной торговой сети
4. Развитие торговых центров в розничной торговле города
5. Развитие торговых рынков в розничной торговле города
6. Развитие нестационарной и мелкорозничной торговли в городе
7. Торговые автоматы в розничной торговле города
8. Развитие интернет-магазинов как направление совершенствования организации торговой деятельности
9. Эффективность торговой деятельности предприятия розничной торговли
10. Организация и управление торгово-посреднической деятельностью на рынке товаров
11. Основы организации товародвижения
12. Типы и виды оптовых предприятий, их роль в процессе товародвижения
13. Управление торгово-технологическим процессом на складах
14. Управление технологическим процессом хранения товаров на складе
15. Развитие сети предприятий розничной торговли
16. Классификация предприятий розничной торговли
17. Устройство и планировка помещений в магазине
18. Содержание торгово-технологического процесса в магазине
19. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия
20. Организация хранения и подготовки товаров к продаже в магазине
21. Рациональное размещение товаров в торговом зале магазина с позиции мерчандайзинга
22. Основные принципы выкладки товаров на торговом оборудовании в магазине с позиции мерчандайзинга
23. Организация и технология розничной продажи товаров
24. Управление торгово-технологическими процессами в предприятии розничной торговли
25. Организация и технология операций по расчету с покупателями в магазинах
26. Основные направления развития розничной торговли в рыночной экономике, ее цели, задачи и функции
27. Основные направления развития оптовой торговли в рыночной экономике, ее цели и задачи и функции
28. Основные тенденции развития в технике складирования
29. Особенности «пакетных» и «контейнерных» систем грузовой переработки товарных потоков
30. Автоматизация процессов продажи товаров (вендинг)
31. Внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, основанных на мерчандайзинговом подходе
32. Автоматизация контрольно-кассовых операций в магазине
33. Механизация и автоматизация трудоемких работ на складе
34. Система оперативного управления складом
35. Совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли

36. Эволюция организации мини-производства в супермаркетах
37. Стратегия развития розничной торговой сети
38. Организация торгово-технологического процесса в магазине
39. Организация и развитие малых предприятий в оптовой (розничной) торговле России

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОПК-2	Знает: социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы маркетинга услуг. Умеет: грамотно использовать современные средства маркетинга услуг в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе. Владеет: методиками оценки конкурентоспособности услуг.	Устный опрос, конспектирование законов, написание рефератов, тестирование
		Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец тестового задания по второму модулю

Вариант 1

Цель управления торговой деятельностью предприятия

а) внедрение современных технологий закупки и продажи товаров

- б) расширение рынков сбыта
- в) повышение эффективности организации закупочной деятельности и сбыта
- г) обеспечение устойчивости развития предприятия

Функции управления коммерческой деятельностью предприятия

- а) прогнозирование
- б) планирование
- в) организация
- г) координация и контроль
- д) управление закупкой и продажей товаров

Текущие функциональные планы коммерческой деятельности на производственном предприятии

- а) прибыли
- б) развития производственных мощностей
- в) материально-технического обеспечения
- г) сбыта

Подсистема торговых посредников и складского хозяйства в инфраструктуре товарного рынка

- а) платежно-расчетное и кредитное обеспечение товародвижения
- б) обеспечение доставки продукции потребителям
- в) компьютерные системы и полиграфическая база
- г) предприятия по изготовлению тароупаковочной продукции
- д) оптовые рынки, выставки и ярмарки, складские услуги

Цель развития оптовой торговли как отрасли распределения общественного продукта

- а) материально-техническое обеспечение предприятий оптовой торговли
- б) поддержание товарных потоков и каналов распределения с учетом спроса
- в) кредитование предприятий розничной торговли

Форма товародвижения в коммерческой деятельности предприятий

- а) система мероприятий по доведению товаров от производителя до мест продажи или потребления
- б) организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производи-теля в места продажи или потребления
- в) количество складских звеньев, через которые проходит товар при его продвижении от производи-теля к потре-бителю как на основе перехода прав собственности на товар, так и без него.
- г) прямые, через посредников и смешанные.

Цель коммерческой деятельности оптовых посредников

- а) получение дохода или вознаграждения за предоставленные услуги
- б) купля-продажа за свой счет
- в) страхование грузов
- г) транспортно-экспедиторские операции
- д) сбыт

Цель оптовой продажи товаров на предприятии через разъездных торговых агентов

а) закрепление за каждым торговым агентом определенной территории обслуживания

б) контроль торговым агентом за выполнением заказов своих клиентов

в) обучение и переподготовка кадров

г) выполнение намеченного плана продаж

Преимущества использования посредников товаропроизводителями в торговле

а) отсутствие непосредственных контактов товаропроизводителя с потребителями продукции на рынке сбыта

б) зависимость товаропроизводителя от деловой активности посредника

в) освоение новых рынков сбыта

г) наличие у посредника собственной материально-технической базы для организации сбыта

Форма продажи товаров на предприятии

а) организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей

б) организационный прием доведения товаров до покупателей

в) основная услуга, сопровождаемая получением сопутствующих товаров и услуг

г) индивидуальное обслуживание

Группы показателей метода SWOT для оценки деловой среды компании и определения перспектив ее развития

а) стратегический рост компании

в) сильные и слабые стороны компании

б) относительная доля рынка

г) возможности компании и угрозы, содержащиеся во внешней среде

Метод продажи товаров в торговом предприятии

а) организационный прием доведения товаров до покупателей

б) совокупность приемов и способов, с помощью которых осуществляется процесс продажи товаров

в) последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торгового предприятия

г) последовательность операций в магазине.

Вариант 2.

Продавец на товарной бирже продает

а) массовые сырьевые товары

б) документ, подтверждающий право собственности на товар

в) массовые продовольственные товары

г) товары, обладающие родовыми признаками

Функции дистрибьюторов «с полным набором услуг»

а) закупка, складирование, хранение и продажа партий товаров

б) закупки и продажа партий товаров

в) доставка товаров

г) посредничество

Оптовые посредники, зависимые от товаропроизводителей

- а) торговые дома
- б) оптовые предприятия
- в) биржи
- г) аукционы
- д) представительства

Внемагазинные формы продажи в розничной торговле представляют собой

- а) торговый комплекс
- б) торговый центр
- в) торговое объединение
- г) электронный магазин
- д) павильоны, киоски

Коммерческие условия, характеризующие особенности договора дистрибуции,

- а) определение территории, на которой дистрибьютору предоставляется право продажи товаров производителя
- б) предоставление дистрибьютору права на продажу товаров
- в) условие цены и способы выплаты вознаграждения
- г) обязанности дистрибьютора

Содержание разносной формы розничной торговли

- а) розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств
- б) розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в организациях и т. д.
- в) розничная торговля, осуществляемая по заказам, выполняемых путем почтовых отправок
- г) приближение к месту нахождения покупателя.

Организационная структура малых торговых предприятий

- а) линейная
- б) функциональная
- в) линейно-функциональная
- г) кольцевая

Основное преимущество прямых связей в оптовой торговле

- а) сокращение частоты поставок товаров
- б) объемы поставок товаров в соответствии с покупательским спросом
- в) высокие складские издержки
- г) установление конкурентных цен закупки и продажи товаров

Деятельность банков по исполнению коммерческих сделок

- а) консультирование по вопросам эффективного вложения средств
- б) расчетно-кассовые операции по оплате товаров
- в) финансовое участие в развитии коммерческих предприятий
- г) предоставление кредитов под закупку товаров

Основные условия продавца по обязательствам договора купли-продажи а)
уплатить за поставленный товар

б) принять товар

в) передать товар в собственность другой стороне

г) выполнить заказ

Функции предприятия оптовой торговли по отношению к клиентам-покупателям

а) преобразование промышленного ассортимента в торговый ассортимент

б) транспортно-экспедиционное обслуживание

в) предоставление информации о реальном покупательском спросе

г) организация товародвижения

Объекты коммерческой деятельности прямого участия в производстве продукции

а) здания и сооружения

б) машины

в) сырье, материалы

г) полуфабрикаты

д) технологическое оборудование, приборы

Стоимостной показатель оценки эффективности использования основных средств производства торговых предприятий

а) коэффициент использования торговой площади магазина

б) коэффициент использования емкости склада

в) коэффициент обновления технических средств

г) фондоотдача

Условия согласования в договоре купли-продажи операций по таре и упаковке

а) вид (внешняя и внутренняя тара, упаковка)

б) размеры, качество и маркировка в соответствии с законом и стандартом

в) условия оплаты

г) условия возврата

Функция службы сбыта предприятия по определению профессионализма специалистов при найме на работу

а) разработка процедуры найма на работу

б) разработка процедуры отбора претендентов на работу

в) контроль деятельности торговых представителей

г) оценка деятельности торгового персонала

Определение производительности торговых представителей службы сбыта предприятия

а) анализ планов деятельности торговых представителей

б) анализ отчетов о результатах деятельности торговых представителей

в) сопоставление текущих продаж с прошлыми объемами

г) оценка степени удовлетворения потребителей на основании их мнения о торговом работнике

Вариант 3.

Базовые схемы организационных отношений между торговым персоналом предприятия

- а) линейная
- б) иерархическая
- в) кольцевая
- г) штабная

Критерии проявления профессионализма работников коммерческой службы торгового предприятия

- а) оперативность и целенаправленность
- б) чувство уверенности и ответственности
- в) деятельность и результативность в обслуживаемой сфере
- г) служебные действия, осуществление контроля за работой персонала

Материальное стимулирование трудовой активности торгового персонала предприятия представляет собой

- а) отпускные пособия
- б) обеды
- в) компенсация расходов за проезд к месту работы
- г) премии

Поощрение персонала торгового предприятия

- а) адаптация торговых работников к новым условиям работы
- б) повышение квалификации кадров и развитие их творческой инициативы
- в) оценка деятельности работников
- г) материальное стимулирование трудовой активности персонала

Поощрение розничных продавцов производственным предприятием

- а) распространение образцов, купонов
- б) премии, призы
- в) снижение цен и скидки при закупках крупных партий товара
- г) организация торговых выставок и ярмарок

Наиболее эффективный способ работы персонала отдела сбыта с покупателями

- а) работа торгового представителя с группой потребителей
- б) работа торгового представителя с покупателем лично и по телефону
- в) работа коллектива отдела сбыта с группой потребителей
- г) проведение конференции

Производительность труда в торговой организации

- а) объем предоставления услуг на одного работника
- б) увеличение предлагаемых услуг высокого уровня качества
- в) улучшение технического оснащения и стандартизации процесса предоставления услуг
- г) использование новых технологий

Основная функция персонала службы сбыта предприятия

- а) поиск новых перспективных направлений сбыта и постановка целей сбыта
- б) распространение информации о товарах и услугах компании
- в) распределение и продажа товаров
- г) предоставление услуг

Показатель, характеризующий эффективность использования в магазине трудовых ресурсов

- а) количество торгового персонала в магазине
- б) товарооборот на одного работника магазина
- в) товарооборот на 1 кв. м всей площади магазина
- г) товарооборот на 1 кв. м площади торгового зала

Поощрение работы персонала службы сбыта на производственном предприятии

- а) цели и стратегия сбыта
- б) структура службы сбыта
- в) численность персонала
- г) система вознаграждения работников

Экономические методы управления коммерческой деятельностью предприятия как способы воздействия на торго-вый персонал осуществляются

- а) путем принятия решений на верхнем уровне управления
- б) на основе законов и нормативных актов
- в) исходя из результативности деятельности предприятия
- г) применением статистической отчетности.

Потребительские комплексы, влияющие на формирования торгового ассортимента на предприятии,

- а) универсальный магазин
- б) специализированный и узкоспециализированный магазины
- в) магазин со смешанным или комбинированным ассортиментом
- г) магазины «Товары для детей», «Товары для женщин», «Летняя одежда»

Внутригрупповой ассортимент товаров

- а) ассортимент товаров, объединенных по общим признакам в определенные совокупности товаров
- б) ассортимент товаров, представленный разновидностями товаров
- в) часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже

Глубина ассортимента определяется

- а) количеством групп товаров
- б) количеством видов и разновидностей товаров
- в) ассортиментным перечнем товаров
- г) количеством артикулов

Структура ассортимента товаров

- а) часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже
- б) соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товаров
- в) ассортимент товаров, представленный в отдельном торговом предприятии

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Понятие рыночной системы хозяйствования. Ее основные элементы
2. Предприятия, их виды, классификация.

3. Организационно-правовые формы торговых организаций
4. Виды предпринимательской деятельности.
5. Основные экономические показатели, характеризующие деятельность торгового предприятия
6. Розничный товарооборот, понятие, значение.
7. Анализ розничного товарооборота
8. Факторы, влияющие на розничный товарооборот
9. Планирование розничного товарооборота
10. Товарные запасы, их виды, назначение
11. Понятие товарооборачиваемости. Расчет. Значение.
12. Факторы, влияющие на товарные запасы и товарооборачиваемость
13. Анализ товарных запасов.
14. Методы нормирования товарных запасов.
15. Планирование товарных запасов по кварталам
16. Товарное обеспечение товарооборота. Планирование поступления товаров. Формула баланса показателей товарооборота.
17. Оптовый товарооборот, его виды, необходимость
18. Анализ оптового товарооборота
19. Планирование оптового товарооборота.
20. Составление плана закупок оптовой организацией.
21. Показатели по труду, их расчет и взаимосвязь
22. Производительность и эффективность труда в торговле.
23. Факторы, влияющие на производительность труда и пути ее повышения.
24. Анализ показателей по труду. Условия экономии фонда з/платы.
25. Расчет необходимой численности работников магазина
26. Планирование ФЗП по магазину.
27. Формы и системы оплаты труда, используемые в торговле.
28. Рынок труда и его роль в формировании кадров организации.
30. Организация заработной платы на предприятиях торговли.
29. Понятие издержек обращения, их экономическое содержание и классификация
30. Факторы, влияющие на издержки обращения
31. Анализ издержек обращения в торговой организации.
32. Планирование издержек обращения: цель, последовательность.
33. Издержки обращения по статье реклама: понятие, назначение, расчет.
34. Издержки обращения по статье "представительские расходы"
35. Издержки обращения по статье "расходы на подготовку и переподготовку кадров"
36. Издержки обращения по статье "Отчисления на социальные нужды"
37. Основные фонды: понятие, структура. Требования, предъявляемые к основным фондам.
38. Производственные и непроизводственные основные фонды

39. Показатели эффективности использования основных фондов, пути повышения.
40. Показатели эффективности капитальных вложений, пути повышения.
41. Амортизация основных фондов, расчет.
42. Воспроизводство основных фондов Источники финансирования.
43. Нематериальные активы, понятие, износ.
44. Валовой доход предприятия, факторы влияющие на его величину.
45. Сущность торговой прибыли. Виды прибыли, расчет.
46. Рентабельность, показатели рентабельности, их исчисление
47. Факторы, влияющие на прибыль. Пути увеличения прибыли.
48. Анализ прибыли. Расчет влияния основных факторов на величину прибыли.
49. Налог на прибыль. Расчет налогооблагаемой базы и налога на прибыль.
50. Внереализационные расходы и доходы торгового предприятия.
51. Расчет балансовой прибыли.
52. Использование прибыли в организациях торговли.
53. Оборотные средства предприятия торговли, их состав, структура, источники образования.
54. Анализ оборотных средств.
55. Банковский кредит и порядок его предоставления.
56. Анализ финансового состояния торговой организации.
57. Платежеспособность торговой организации
58. Ликвидность торговой организации
59. Финансовый план торговой организации.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:
«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

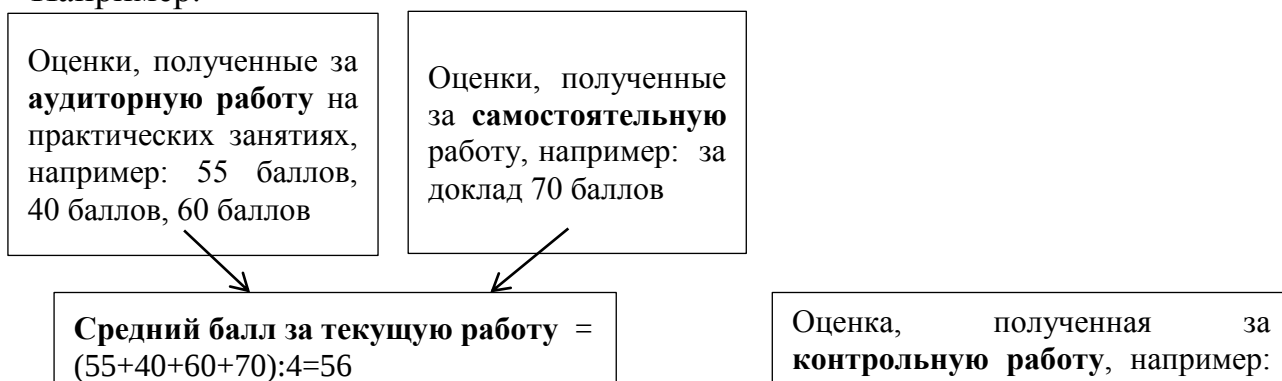
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»
или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

- 1) Царегородцева С.Р. Организация и управление торговых предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Р. Царегородцева, О.Э. Брезе, О.Н. Дорошина. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2007. — 120 с. — 978-5-89289-440-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14379.html>
- 2) Горина Г.А. Налогообложение торговых организаций [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А. Горина. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 207 с. — 978-5-238-02421-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66280.html>
- 3) Право Всемирной торговой организации [Электронный ресурс] : влияние на экономику и законодательство государств Европейско-Азиатского региона / В.Н. Архангельский [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Статут, 2014. — 159 с. — 978-5-8354-0993-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49091.html>

б) дополнительная литература:

- 1) Виноградов В.А. Стратегия российского бизнеса в условиях права

Всемирной торговой организации [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Виноградов, Р.Ч. Бондарчук, М.П. Фомиченко. — Электрон. текстовые данные. — Москва, Саратов: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России), Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 184 с. — 978-5-00094-301-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59247.html>

- 2) Пестрикова А.А. Право Всемирной торговой организации: проблемы гражданско-правового регулирования и процессуальные аспекты деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 030900.68 «Юриспруденция» / А.А. Пестрикова. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Самарская гуманитарная академия, 2014. — 56 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64388.html>
- 3) Арбатов А.А. Политика России в области природопользования и охраны окружающей среды в свете вступления во Всемирную Торговую Организацию [Электронный ресурс] / А.А. Арбатов, Л.А. Тропко, А.В. Мухин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Геоинформмарк, Геоинформ, 2001. — 189 с. — 5-900357-62-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16861.html>
- 4) Кривошей В.А. Экономические методы оценки рисков торговой организации [Электронный ресурс] : монография / В.А. Кривошей. — Электрон. текстовые данные. — М. : ИД «Экономическая газета», ИТКОР, 2012. — 176 с. — 978-5-905735-10-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8386.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 2018 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2018 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru,свободный>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Управление торговой организацией» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также систематическое

выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с управлением торговых организаций на территории Республики Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Точка продаж», «Современная торговля», «Управление магазином». При подготовке к практическим занятиям и на занятиях студентам рекомендуется использовать: законы, различные журналы туристического содержания и многое другое.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.