


АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 Н. А. Михайличенко
«22» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

Б1.В.ДВ.8.1

Направление подготовки – 38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки - «Финансы и кредит», «Экономика предприятия»

Квалификация выпускника – бакалавр

**Форма обучения – очная, очно-заочная (профиль «Финансы и кредит»),
заочная**

Кафедра статистики, маркетинга и бухгалтерского учета

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.01 «Экономика», профили «Финансы и кредит», «Экономика предприятия» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Автор: Колобов С.В. - кандидат технических наук, доцент, профессор кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Эксперты: Башина О.Э. - доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Рыжова И.О. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и торгового дела АНО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета «18» мая 2020 г., протокол № 10.

ОДОБРЕНО

Методической комиссией факультета экономики, управления и международных отношений

« 10 » июня 2020 г., протокол № 4

1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» является освоение теоретических знаний в области методологии и организации коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачами дисциплины являются:

- освоение обучающимися основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- изучение базовых категорий и законов теории организации коммерции;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
- овладение методами управления коммерческими процессами;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности.
- изучение особенностей организации стимулирования сбыта продукции;
- понимание особенностей формирования ассортимента и управления товарными запасами в торговых организациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Коммерческая деятельность» является дисциплиной по выбору вариативной части базового цикла Б1 ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», профили «Финансы и кредит, «Экономика предприятия».

Дисциплина «Коммерческая деятельность» базируется на дисциплинах: «Макроэкономика», «Информатика», «Микроэкономика», «Основы права», «Маркетинг», «Менеджмент».

Необходимым требованием к «входным» знаниям, умениям и навыкам обучающегося при освоении данной дисциплины и приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

Знание:

- основных экономических категорий, законов и теорий, показателей, их классификации и способов определения;
- общей характеристики процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, средств их реализации, программного обеспечения и технологии программирования;
- анализа и оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности;
- статистических методов оценки и прогнозирования коммерческой деятельности;
- нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности в Российской Федерации;
- основных принципов функций и методов менеджмента, сущности управления организацией и персоналом;
- субъектов и видов договоров в профессиональной деятельности;

- организационно-правовых форм юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Умение:

- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели деятельности предприятий;
- производить расчеты математических величин;
- осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными информационными сетями;
- применять статистические методы обработки данных;
- ориентироваться в вопросах управления предприятием, его ресурсами и персоналом.

Владение:

- методами экономической теории;
- методами математического анализа и моделирования, математического аппарата при решении проблем в области профессиональной деятельности;
- средствами реализации информационных процессов и применения их при изучении коммерческой деятельности;
- начальным опытом работы с действующими федеральными законами и нормативными документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности, заключения договоров и контролем их исполнения.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Коммерческая деятельность», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.01 «Экономика».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4 - способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность;

ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- социальную и экономическую значимость своей будущей профессии;
- основные тенденции развития коммерческой деятельности в Российской Федерации;
- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, сущность, функции и основы организации коммерческой деятельности в торговле;
- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;

- виды и содержание договоров в коммерческой деятельности, порядок их заключения и контроля за исполнением;
- порядок государственного регулирования коммерческой деятельностью;
- процессы организации товарооборота, формирования ассортимента, товарных запасов, организации сервисного обслуживания;
- классификацию торговых предприятий;
- организацию коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле;
- методы определения эффективности коммерческой деятельности.

Уметь:

- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;
- проводить анализ продвижения товара от производителя до потребителя и управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров;
- формировать ассортимент товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами;
- определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия.

Владеть:

- терминологическим аппаратом в сфере коммерческой деятельности;
- методикой формирования и планирования товарооборота;
- методикой формирования ассортимента;
- терминологией, предусмотренной ГОСТ 51303 «Торговля. Термины и определения»;
- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях;
- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

4. Структура и содержание дисциплины «Коммерческая деятельность»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.1. Структура дисциплины

4.1.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		5 семестр
		108 час.
Аудиторные занятия (всего)	54	54
Занятия лекционного типа	24	24
Занятия семинарского типа (практические, семинарские, лабораторные и др.)	30	30
Самостоятельная работа (всего)	53,75	53,75
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет

4.1.2. Очно-заочная форма обучения (профиль «Финансы и кредит»)

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		9 семестр
		108 час.
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Занятия лекционного типа	12	12
Занятия семинарского типа (практические, семинарские, лабораторные и др.)	24	24
Самостоятельная работа (всего)	71,75	71,75
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет

4.1.3. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		9 семестр
		108 час.
Аудиторные занятия (всего)	12	12
Занятия лекционного типа	6	6
Занятия семинарского типа (практические, семинарские, лабораторные и др.)	6	6
Самостоятельная работа (всего)	95,75	95,75
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1. Очная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу / теме	Аудиторная работа	в том числе		Самостоятельная работа студента	
				Всего	Лекции (всего/интеракт.)		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Методологические основы коммерческой деятельности и тенденции развития торговли	8	4	2	2	4	ОПК-4, ПК-8
2	Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности организации. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации	12	6	2	4	6	ОПК-4, ПК-8
3	Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности	8	4	2	2	4	ОПК-4, ПК-8
4	Договоры в торговле	8	4	2	2	4	ОПК-4
5	Коммерческие службы торговых организаций	8	4	2	2	4	ОПК-4
6	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии	12	6	2	4	6	ОПК-4, ПК-8
7	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	8	4	2	2	4	ОПК-4, ПК-8
8	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	8	4	2	2	4	ОПК-4, ПК-8
9	Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Услуги в торговле.	12	6	2	4	6	ОПК-4, ПК-8
10	Организация биржевой торговли и продаж на аукционах	8	4	2	2	4	ОПК-4, ПК-8
11	Товарные знаки и знаки обслуживания	8	4	2	2	4	ОПК-4
12	Лизинговые операции в торговле. Франчайзинг в торговле.	7,75	4	2	2	3,75	ОПК-4, ПК-8
	Промежуточная аттестация	0,25					
	Итого:	108	54	24	30	53,75	

4.2.2. Очно-заочная форма обучения (профиль «Финансы и кредит»)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Методологические основы коммерческой деятельности и тенденции развития торговли	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
2	Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности организации. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
3	Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
4	Договоры в торговле	9	3	1	2	6	ОПК-4
5	Коммерческие службы торговых организаций	9	3	1	2	6	ОПК-4
6	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
7	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
8	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
9	Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Услуги в торговле.	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
10	Организация биржевой торговли и продаж на аукционах	9	3	1	2	6	ОПК-4, ПК-8
11	Товарные знаки и знаки обслуживания	9	3	1	2	6	ОПК-4
12	Лизинговые операции в торговле. Франчайзинг в торговле.	8,75	3	1	2	5,75	ОПК-4, ПК-8
	Промежуточная аттестация	0,25					
	Итого:	108	36	12	24	71,75	

4.2.3. Заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Методологические основы коммерческой деятельности и тенденции развития торговли	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
2	Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности организации. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
3	Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности	9	1	-	1	8	ОПК-4, ПК-8
4	Договоры в торговле	9	1	-	1	8	ОПК-4
5	Коммерческие службы торговых организаций	9	1	-	1	8	ОПК-4
6	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
7	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
8	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
9	Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Услуги в торговле.	9	1	1	-	8	ОПК-4, ПК-8
10	Организация биржевой торговли и продаж на аукционах	9	1	-	1	8	ОПК-4, ПК-8
11	Товарные знаки и знаки обслуживания	9	1	-	1	8	ОПК-4
12	Лизинговые операции в торговле. Франчайзинг в торговле.	8,75	1	-	1	7,75	ОПК-4, ПК-8
	Промежуточная аттестация	0,25					
	Итого:	108	12	6	6	95,75	

4.2. Содержание дисциплины «Коммерческая деятельность»

Тема 1. Методологические основы коммерческой деятельности и тенденции развития торговли

Понятие методологии коммерческой деятельности. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Развитие коммерческой деятельности в России. Цели, задачи и функции коммерческой деятельности. Место коммерции в общественном воспроизводстве. Характер и содержание бизнес-процессов, выполняемых в торговле. Объекты, субъекты и инфраструктура коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности. Основные тенденции развития торговли на внутреннем рынке

Тема 2. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации

Регулирующие функции государства в условиях рыночной экономики и их влияние на коммерческую деятельность. Основные направления и принципы государственного регулирования товарного обращения. Методы государственного регулирования.

Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой деятельностью. Регистрация торговых предприятий. Лицензирование и сертификация товаров и услуг. Правила торговли. Информация в коммерческой деятельности: понятие, назначение, виды, источники. Анализ коммерческой информации и принятие решений на его основе.

Тема 3. Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности

Коммерческая тайна: определение, способы защиты.

Мотивация персонала, имеющего доступ к коммерческой тайне.

Риски в коммерческой деятельности. Классификация.

Факторы, повышающие степень рисков. Пути снижения степени рисков.

Тема 4. Договоры в торговле

Понятие и правовое регулирование договоров. Классификация договоров. Договоры, применяемые в торговле.

Порядок заключения и исполнения договоров.

Ответственность за нарушение договорных обязательств.

Порядок изменения и расторжения договоров.

Тема 5. Коммерческие службы торговых организаций

Коммерческие службы торговой организации: их цели, задачи, структура, взаимодействие с другими структурными подразделениями организации.

Должностные обязанности работников коммерческой службы.

Этические принципы и культура предпринимательства. Морально-этические требования к коммерсанту. Деловой этикет коммерсанта.

Тема 6. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии

Понятие о товарном ассортименте и факторы, определяющие его построение на предприятиях торговли.

Порядок формирования ассортимента товаров. Основные этапы формирования ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров в различных типах торговых предприятий. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам.

Порядок регулирования ассортимента товаров в торговых предприятиях. Полнота и стабильность ассортимента товаров.

Понятие о товарных запасах, их значение. Виды товарных запасов (запасы текущего хранения, сезонного хранения и досрочного завоза).

Управление товарными запасами: значение, нормирование, показатели, учет и контроль.

Тема 7. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров

Закупочная деятельность как основа коммерческой деятельности в торговле. Основные принципы и этапы коммерческой работы по оптовым закупкам товаров, их характеристика.

Особенности договора поставки, порядок его заключения, изменения и расторжения.

Структура и содержание договора поставки: реквизиты договора, преамбула, предмет договора, сроки и порядок поставки, качество и комплектность, упаковка и маркировка, цена и порядок расчетов, ответственность сторон, срок действия договора, изменение и расторжение договора, разрешение споров, заключительные положения, реквизиты сторон.

Источники закупки и поставщики товаров. Изыскание дополнительных товарных ресурсов из местного сырья. Роль дистрибьюторов, брокерских фирм и дилеров в продаже товаров оптовым покупателям. Товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые рынки и их роль в организации оптового товарооборота. Классификация основных поставщиков товаров по территориальному признаку, принадлежности к хозяйственной системе и форме собственности.

Организация оптовых закупок на оптовых ярмарках. Роль оптовых ярмарок в рыночных условиях. Оптовые ярмарки международного или общегосударственного значения и оптовые ярмарки регионального (местного) значения. Особенности закупки товаров на оптовых рынках и в магазинах-складах.

Организация контроля и учета поступления товаров от поставщиков. Механизация и автоматизация учета поставок товаров с помощью компьютерной техники.

Тема 8. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров

Сущность, содержание и роль коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Сущность маркетингового подхода к сбыту товаров. Характеристика основных операций по оптовой продаже товаров.

Организация и технология оптовой продажи товаров. Организация хозяй-

ственных связей с оптовыми покупателями. Формы хозяйственных связей. Содержание и порядок заключения договоров купли-продажи товаров. Формы и методы оптовой продажи товаров, их характеристика. Организация и технология работы зала товарных образцов оптовой базы.

Прогрессивные методы оптовой продажи товаров и их характеристика.

Оптовые торговые услуги. Классификация оптовых торговых услуг.

Продажа товаров на оптовых рынках. Состав участников торгов на оптовом рынке. Права и обязанности оптовых торговцев. Организация контроля над соблюдением Правил торговли на оптовом продовольственном рынке.

Особенности продажи товаров в магазине типа «Кеш-энд-керри».

Тема 9. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли

Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли.

Договор розничной купли-продажи: определение, понятие о публичной оферте, порядок заключения договора, условия. Особенности договоров розничной купли-продажи товаров в кредит, с условием о принятии покупателем товара в определенный срок, на основании ознакомления покупателя с образцом товара, с условием о доставке товара покупателю, при продаже товаров с использованием автоматов.

Услуги розничной торговли: классификация, предъявляемые требования, методы контроля качества и безопасности.

Тема 10. Организация биржевой торговли и продаж на аукционах

Роль бирж в рыночной экономике и их классификация.

Организация торговых операций на бирже: виды биржевых сделок, правила биржевой торговли, организация биржевых торгов, договор на брокерское обслуживание. Роль торговых домов в биржевой торговле.

Организация проведения аукционных торгов: понятие об аукционах и конкурсах, виды аукционов, порядок организации и проведения торгов.

Тема 11. Товарные знаки и знаки обслуживания

Назначение и правовая охрана товарных знаков и знаков обслуживания. Виды товарных знаков и знаков обслуживания (словесные, изобразительные, объемные, звуковые, световые, обонятельные, голографические, комбинированные). Общеизвестный и коллективный товарные знаки.

Регистрация товарных знаков: порядок регистрации, основания для отказа в регистрации.

Использование и прекращение правовой охраны товарных знаков и знаков обслуживания.

Тема 12. Лизинговые операции в торговле. Франчайзинг в торговле

Сущность лизинга, его формы и виды. Правовые и организационно-экономические основы лизинга. Договор лизинга.

Сущность, виды, формы и концепция создания франчайзинговой системы. Правовое регулирование взаимоотношения сторон в системе франчайзинга. Финансовые взаимоотношения сторон.

Семинарские занятия проходят в соответствии с тематикой дисциплины и пунктом 5.3.

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

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

Компетенции, закреплённые за дисциплиной ОПОП ВО:

ОПК-4 - способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность.

Данная компетенция формируется в процессе изучения следующих дисциплин:

Менеджмент
Маркетинг
Коммерческая деятельность
Электронная коммерция
Стратегический менеджмент
Антикризисное управление

ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

Данная компетенция формируется в процессе изучения следующих дисциплин:

Эконометрика
Информатика
Методы оптимальных решений
Математическое моделирование социально-экономических процессов
Информационные системы в профессиональной сфере
Математические методы обработки экономических данных
Информационные технологии обработки статистической информации
Применение пакетов прикладных программ в профессиональной деятельности
Справочные информационные системы
Коммерческая деятельность
Электронная коммерция
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
Преддипломная практика

Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме зачета

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство
1	Методологические основы коммерческой деятельности и тенденции развития торговли	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
2	Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности организации. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
3	Коммерческая тайна и ее защита. Риски в коммерческой деятельности	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
4	Договоры в торговле	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
5	Коммерческие службы торговых организаций	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
6	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
7	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
8	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
9	Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Услуги в торговле.	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
10	Организация биржевой торговли и продаж на аукционах	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство
11	Товарные знаки и знаки обслуживания	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176
12	Лизинговые операции в торговле. Франчайзинг в торговле.	ОПК-4, ПК-8	Вопросы к зач. № 1-76 Тестовые задания № 1-176

5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

ОПК-4 - способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность			
ОПК-4	Низкий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную и экономическую значимость своей будущей профессии; - отдельные тенденции развития коммерческой деятельности в Российской Федерации; - отдельные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, сущность, функции и основы организации коммерческой деятельности в торговле; - методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - основную классификацию торговых предприятий; - отдельные аспекты организации коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - отдельные методы определения эффективности коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в анализе, планировании, организации, учете и контроле коммерческой деятельности, прогнозировании ее результатов; 	удовлетворительно

		<ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в анализе продвижения товара от производителя до потребителя и управлении процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - принимать участие в формировании ассортимента товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основами терминологического аппарата в сфере коммерческой деятельности; - отдельными методиками формирования и планирования товарооборота; - отдельными методиками формирования ассортимента; - базовой способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. 	
	Средний	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную и экономическую значимость своей будущей профессии; - основные тенденции развития коммерческой деятельности в Российской Федерации; - основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, сущность, функции и основы организации коммерческой деятельности в торговле; - методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - классификацию торговых предприятий; 	хорошо

		<ul style="list-style-type: none"> - основные подходы к организации коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - основные методы определения эффективности коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты; - проводить анализ продвижения товара от производителя до потребителя и управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - формировать ассортимент товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основным терминологическим аппаратом в сфере коммерческой деятельности; - основными методиками формирования и планирования товарооборота; - основными методиками формирования ассортимента; - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. 	
	Высокий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную и экономическую значимость своей будущей профессии; - тенденции развития коммерческой деятельности в Российской Федерации; 	отлично

		<ul style="list-style-type: none"> - понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, сущность, функции и основы организации коммерческой деятельности в торговле; - методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - классификацию торговых предприятий; - организацию коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - методы определения эффективности коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать и осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты; - проводить анализ продвижения товара от производителя до потребителя и управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - формировать ассортимент товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологическим аппаратом в сфере коммерческой деятельности; - методикой формирования и планирования товарооборота; - методикой формирования ассортимента; - способностью прогнози- 	
--	--	--	--

		вать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.	
ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии			
ОПК-4	Низкий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отдельные аспекты организации коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - отдельные методы определения эффективности коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в анализе, планировании, организации, учете и контроле коммерческой деятельности, прогнозировании ее результатов; - принимать участие в анализе продвижения товара от производителя до потребителя и управлении процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - принимать участие в формировании ассортимента товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основами терминологического аппарата в сфере коммерческой деятельности; - отдельными методиками формирования и планирования товарооборота; - отдельными методиками формирования ассортимента; - базовой способностью прогнозировать бизнес-процессы 	удовлетворительно

		и оценивать их эффективность.	
Средний	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные подходы к организации коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - основные методы определения эффективности коммерческой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты; - проводить анализ продвижения товара от производителя до потребителя и управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - формировать ассортимент товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основным терминологическим аппаратом в сфере коммерческой деятельности; - основными методиками формирования и планирования товарооборота; - основными методиками формирования ассортимента; - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. 	хорошо	
Высокий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; - методы определения эффек- 	отлично	

		<p>тивности коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать и осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты; - проводить анализ продвижения товара от производителя до потребителя и управлять процессами закупки, продвижения и реализации товаров; - формировать ассортимент товаров и услуг торгового предприятия, управлять товарными запасами; - определять пути по совершенствованию сбытовой деятельности торгового предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологическим аппаратом в сфере коммерческой деятельности; - методикой формирования и планирования товарооборота; - методикой формирования ассортимента; - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. 	
--	--	--	--

5.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по данной дисциплине

5.3.1. Темы рефератов по дисциплине «Коммерческая деятельность»

1. Современные тенденции развития коммерческой деятельности организаций разных организационно-правовых форм.

2. Совершенствование организации коммерческой деятельности предприятий.

3. Совершенствование управления коммерческой деятельностью организаций в отрасли или сфере применения.

4. Ресурсный потенциал организации отрасли для закупки и продажи товаров.
5. Факторы, влияющие на размещение предприятия в торговой зоне и эффективность его коммерческой деятельности.
6. Государственное регулирование деятельности коммерческих организаций.
7. Социально-экономические основы развития торговой деятельности предприятий в современных условиях.
8. Инновационные подходы к разработке и реализации стратегии организаций.
9. Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной розничной (или оптовой) торговле.
10. Повышение эффективности закупок и продаж товаров в торговых организациях.
11. Экономические основы функционирования ассоциаций по развитию торговли в России.
12. Экономические показатели и критерии эффективности коммерческой деятельности предприятий в условиях интеграции (или кооперации).
13. Организационно-экономическое обеспечение стандартов по обслуживанию покупателей в торговых предприятиях.
14. Социально-экономическая эффективность и качество торгового обслуживания в розничной торговле (на основе конкретных типов предприятий).
15. Механизм повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий в отрасли или сфере применения.
16. Механизм повышения эффективности и качества услуг, предоставляемых покупателям предприятиями.
17. Анализ состояния и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие повышения эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий.
18. Повышение эффективности продаж товаров на основе информационно-компьютерного обеспечения.
19. Управление закупками и поставками товаров в торговом предприятии с использованием информационных технологий.
20. Современные методы исследования и моделирования торгового ассортимента.
21. Разработка и реализация инноваций в организации коммерческой деятельности торгового предприятия.
22. Методы и критерии формирования оптимального ассортимента товаров.
23. Анализ коммерческой информации, и ее использование в деятельности организаций.
24. Роль инвестиций в развитии технической оснащенности коммерческих организаций.
25. Организация и развитие современных форм и методов продажи (сбыта) товаров на рынке товаров.

5.3.2. Вопросы к зачету

1. Характеристика конкретного рынка товаров как сферы коммерческой деятельности, факторы его развития, признаки и элементы.
2. Конъюнктура рынка товаров, на котором функционирует организация, методы ее исследования, источники информации.
3. Особенности коммерческой деятельности в сферах производства и обслуживания.
4. Основные элементы инфраструктуры рынка товаров и услуг.
5. Товар как объекта коммерческой деятельности.
6. Услуга как объект коммерческой деятельности: виды услуг, их назначение и влияние на уровень доходов организации.
7. Коммерческая деятельность субъектов среднего и малого предпринимательства, индивидуальных предпринимателей.
8. Основные положения концепции функционирования и развития коммерческой деятельности организации.
9. Информация в коммерческой деятельности: назначение, виды, источники получения.
10. Структура управления коммерческой деятельностью организации.
11. Управление персоналом коммерческих служб организаций, мотивация труда.
12. Цели, задачи, основные направления и содержание мероприятий по государственному регулированию коммерческой деятельности организаций (предприятий) в торговле РФ на федеральном и региональном уровнях управления.
13. Основы нормативно-правовой базы регулирования коммерческой деятельности: федеральные законы, постановления Правительства РФ, стандарты, правила торговли и оказания услуг.
14. Виды контроля коммерческой деятельности торговых предприятий и порядок их проведения.
15. Материально-техническая база коммерческих организаций: классификация, назначение.
16. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности коммерческих организаций, процесс инвестирования в объекты коммерции.
17. Формы ведения переговоров в коммерческой организации.
18. Коммерческие риски: виды, методы анализа, факторы, определяющие вероятность рисков и способы их снижения.
19. Формирование ассортимента товаров: основные показатели ассортимента, учитываемые в практике коммерческой деятельности.
20. Методы управления товарными запасами в коммерческой организации.
21. Управление товарными запасами в коммерческой организации.
22. Управление качеством процесса обслуживания в организации.

23. Инновации в сфере коммерции: значение, классификация, роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий.
24. Факторы внешней среды, влияющие на коммерческую деятельность.
25. Факторы внутренней среды, влияющие на коммерческую деятельность
26. Структура коммерческой деятельности: объекты, субъекты, инфраструктура.
27. Роль коммерции в общественном воспроизводстве.
28. Организационно-правовые формы коммерческих предприятий для малого, среднего и крупного бизнеса.
29. Показатели эффективности коммерческой деятельности.
30. Должностные обязанности работников коммерческой службы.
31. Понятие и правовое регулирование договоров.
32. Характеристика договоров, применяемых в коммерческой деятельности
33. Порядок заключения и исполнения договоров.
34. Ответственность за нарушение договорных обязательств.
35. Изменение и расторжение договоров.
36. Содержание коммерческой работы по оптовой закупке товаров.
37. Поиск и изучение коммерческих партнеров при оптовой закупке товаров.
38. Организация закупки товаров на оптовых ярмарках.
39. Организация закупки товаров на оптовых рынках.
40. Учет и контроль поступления товаров от поставщиков.
41. Дилерская сеть, ее функции, порядок создания и роль в развитии сбыта товаров и услуг.
42. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.
43. Коммерческая работа по продаже товаров на розничных торговых предприятиях.
44. Коммерческая работа по продаже товаров на оптовых торговых предприятиях.
45. Сущность и роль биржевой торговли.
46. Порядок создания товарной биржи. Органы управления и структурные подразделения товарных бирж.
47. Организация торговых операций на бирже.
48. Виды биржевых сделок, их регистрация и оформление.
49. Понятие аукционов. Виды и организационные формы аукционов.
50. Управление аукционом и порядок его проведения.
51. Организация проведения тендеров (конкурсов).
52. Сущность и организация экспортно-импортных операций.
53. Содержание внешнеторгового контракта купли – продажи товаров и коммерческая характеристика основных его условий.
54. Порядок формирования ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли.
55. Порядок формирования ассортимента товаров в магазинах.

56. Сущность и роль стимулирования сбыта товаров в коммерческой деятельности.

57. Мероприятия стимулирования продажи, направленные на потребителя.

58. Мероприятия стимулирования продажи, направленные на торговых посредников.

59. Мероприятия стимулирования продажи, направленные на собственный торговый персонал.

60. Формирование ценовой стратегии и тактики фирмы в практике коммерческой деятельности.

61. Ценообразование в практике коммерческой деятельности.

62. Роль маркетинга в коммерческой работе.

63. Маркетинговые решения розничных торговых предприятий.

64. Маркетинговые решения оптовых торговых предприятий.

65. Сущность лизинга. Его виды и роль в развитии экономики России.

66. Основные положения договора лизинга (финансовой аренды).

67. Сущность и правовое регулирование франчайзинга в России.

68. Виды и преимущества франчайзинга.

69. Содержание договора франчайзинга.

70. Факторинг, его сущность и сфера использования в коммерческой деятельности.

71. Понятие и сущность коммерции. Предмет дисциплины «Коммерческая деятельность», ее связь с другими учебными дисциплинами.

72. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Способы защиты коммерческой тайны.

73. Понятие конкуренции и методы конкурентной борьбы на товарных рынках.

74. Договор поставки товаров, его содержание и порядок заключения, изменения и расторжения.

75. Понятие, роль и задачи рекламы в коммерческой деятельности.

76. Сущность хозяйственных связей в торговле и порядок их регулирования.

5.3.3. Примерные вопросы для оценки степени сформированности компетенций

1. Рассмотрите взаимосвязь результатов прогнозирования спроса потребителей и осуществления коммерческой деятельности организации.

2. Дайте обоснование выбора коммерческой организации в зависимости от вида зоны обслуживания потребителей на примере города (или округа, района и др.).

3. Рассмотрите инфраструктуру рынка товаров и услуг применительно к коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику). Ответ представьте в виде схемы.

4. Приведите организационно-экономическую характеристику коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

5. Изложите порядок оформления и регистрации документации для ведения предпринимательской деятельности на примере конкретного субъекта предпринимательства.

6. Рассмотрите ответственность хозяйствующих субъектов за нарушения основных требований в сфере поставок и продаж продовольственных товаров по ФЗ - № 381 от 28 декабря 2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

7. Рассмотрите ответственность хозяйствующих субъектов за нарушения правил продажи отдельных видов товаров (продовольственных или непродовольственных).

8. Представьте в виде схемы структуру управления коммерческой деятельностью организации, в которой Вы работаете (или проходили практику). Рассмотрите методы и функции управления коммерческими процессами.

9. По каким показателям и критериям оценивают эффективность деятельности персонала коммерческих служб.

10. По каким показателям и критериям можно судить об эффективности инвестиционного проекта в сфере коммерции.

11. Рассмотрите управление договорной работой по товарному обеспечению коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

12. Укажите коммерческие риски, которые возникают в процессе закупок, поставок и продаж товаров и способы их предотвращения. Данные представьте на примере предприятия, в котором Вы работаете (или проходили практику).

13. На примере коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику), рассмотрите этапы управления товарными запасами.

14. Сформулируйте подходы к формированию оптимальной структуры ассортимента продовольственных (или непродовольственных) товаров на примере предприятия, в котором Вы работаете (или проходили практику).

15. Какие методы прогнозирования ассортимента товаров применяют в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

16. Какие схемы управления закупками товаров используют в организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

18. Рассмотрите процесс выбора источников закупок товаров в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

19. По каким показателям анализируют и оценивают возможности поставщиков товаров в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

20. Изложите содержание работ, выполняемых в процессе поставки товарно-материальных ресурсов на предприятие в соответствии с условиями договоров.

21. Какие документы оформляют в процессе поставок товарно-материальных ресурсов.

22. Какие формы товародвижения используют в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику)? Обоснуйте основные принципы их организации и контроля.

23. Рассмотрите содержание процесса формирования ассортимента в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

24. Дайте краткую характеристику форм и методов продажи (сбыта) товаров в организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

25. Рассмотрите методы и функции управления процессом продажи товаров, показатели оценки его эффективности в организации, в которой Вы работаете (или проходили практику).

26. Какие документы оформляют в процессе оптовой и розничной продажи товаров.

27. Рассмотрите структуру ассортимента услуг в организации, в которой Вы работаете (или проходили практику), предложите мероприятия по его оптимизации.

28. Сформулируйте элементы системы и процесса обслуживания в организации, в которой Вы работаете (или проходили практику). Сформулируйте меры по их совершенствованию.

29. По каким показателям определяют экономический эффект и экономическую эффективность в коммерческой организации, в которой Вы работаете (или проходили практику)? Из каких документов Вы можете получить значения этих показателей, или какие расчеты по формулам необходимо провести при этом.

30. Какие инновации в организации и технологии коммерческой деятельности используют для обеспечения конкурентоспособности предприятия, в котором Вы работаете (или проходили практику).

5.3.4. Перечень примерных тестовых заданий по дисциплине «Коммерческая деятельность»

1. Форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи через одно или несколько складских звеньев посредников называется ...

2. Соответствие между группами и видами помещений склада

Группы помещений

Виды помещений

1. Помещения основного

А. Пункт питания

производственного назначения

Б. Помещение для хранения тары

2. Помещения подсобного назначения

В. Холодильная камера

3. Вспомогательные помещения

3. Под грузовой площадью товарного склада понимают

1) площадь, занимаемую оборудованием для хранения товаров;

2) площадь всех помещений склада;

3) площадь складских помещений основного производственного назначения.

ния.

4. Получатель обязан потребовать от органа транспорта составления коммерческого акта

- 1) при нарушении сроков доставки груза;
- 2) в случае получения от органа транспорта груза без проверки его веса;
- 3) при обнаружении повреждения железнодорожного вагона, запорно-пломбировочного устройства и т. п.;
- 4) в любом случае при приеме груза от органов транспорта.

5. Наиболее распространенными способами хранения упакованных товаров являются стеллажный и ...

6. Подарочная и порционная тара являются разновидностями тары ...

7. Качество тары, находящейся в обращении, определяется в соответствии с требованиями специальных:

- 1) стандартов;
- 2) правил;
- 3) инструкций;
- 4) технических условий.

8. Термину «товароснабжение» в наибольшей степени соответствует определение

- 1) совокупность торгово-организационных операций, осуществляемых в процессе купли-продажи товаров;
- 2) процесс физического перемещения товаров от производителя до потребителя;
- 3) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления через предприятия оптовой и розничной торговли;
- 4) совокупность коммерческих и технологических операций по удовлетворению потребностей розничной торговой сети в товарах.

9. Совокупность розничных торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением - это розничная ...

10. Разделение розничных торговых предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров, называется...

11. Тип магазина, реализующего продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания, торговой площадью от 400 кв. м

- 1) гипермаркет;
- 2) супермаркет;
- 3) гастроном;
- 4) универмаг.

12. Для рациональной организации торгово-технологического процесса наиболее приспособлены магазины

- 1) одноэтажные;
- 2) многоэтажные;
- 3) с подземными этажами.

13. Общая площадь магазина — это площадь, всех входящих в его состав ...

14. Оптимальными значениями коэффициента экспозиционной площади для универсама являются

- 1) 0,25–0,60;
- 2) 0,30–0,50;
- 3) 0,65–0,75;
- 4) 0,80–1,0.

15. Приемка по количеству мест товаров, доставляемых от изготовителя собственным транспортом магазина, должна производиться

- 1) на складе магазина;
- 2) на складе поставщика;
- 3) в месте разгрузки транспорта.

16. При штабелировании товаров в мешках применяют

- 1) прямую укладку;
- 2) перекрестную укладку;
- 3) обратную укладку.

17. В магазинах применяют два основных способа выкладки товаров на торговом оборудовании ... и ...

18. При розничной продаже верхней одежды наиболее целесообразно применять

- 1) индивидуальное обслуживание через прилавок;
- 2) самообслуживание;
- 3) продажу по образцам;
- 4) продажу с открытым доступом к товару.

19. Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям, называется ...

20. Количество складских звеньев, через которые проходит товар при его продвижении от производителя к потребителю, называется ... товародвижения.

21. К складским помещениям основного производственного назначения, не относятся:

- 1) приемочные;
- 2) комплектовочные;
- 3) служебные помещения аппарата управления;
- 4) экспедиции.

22. Емкость товарного склада зависит от

- 1) грузовой площади склада;
- 2) складской площади и высоты склада;
- 3) применяемых способов хранения товаров.

23. Приемка товаров, поступивших в исправной таре, по весу нетто и количеству товарных единиц в каждом месте производится

- 1) на складе получателя;
- 2) на складе поставщика;
- 3) в месте разгрузки транспортных средств;
- 4) на складе органа транспорта.

24. Последовательность выполнения операций, связанных с отпуском товаров со склада:

- 1) комплектование заказов и упаковка;
- 2) погрузка транспортных средств;
- 3) перемещение товаров в зону комплектования заказов покупателей;
- 4) перемещение укомплектованных партий товаров в зону погрузки;
- 5) отборка товаров с мест хранения;
- 6) помаршрутное комплектование партий товаров.

25. Изделие, предназначенное для укладывания, транспортирования, временного хранения и продажи из него товаров, называется:

- 1) упаковка;
- 2) тара;
- 3) тара-оборудование;
- 4) вспомогательное упаковочное средство.

26. Последовательность операций, связанных с обращением тары в торговле:

- 1) хранение тары;
- 2) высвобождение тары из-под товара;
- 3) возврат тары;
- 4) вскрытие тары.

27. Не существует формы товароснабжения

- 1) централизованной;
- 2) складской;

3) транзитной.

28. С учетом особенностей устройства магазины «кеш-энд-керри» являются:

- 1) магазинами;
- 2) магазинами-складами;
- 3) павильонами.

29. К универсальным магазинам не относится:

- 1) супермаркет;
- 2) гастроном;
- 3) магазин «Культтовары»;
- 4) универмаг «Детский мир».

30. Тип магазина, имеющего торговую площадь от 3500 кв.м (в сельской местности — от 650 кв.м), предлагающий универсальный ассортимент непродовольственных товаров, реализуемых различными методами продажи:

- 1) универсам;
- 2) супермаркет;
- 3) магазин «Промтовары»;
- 4) универмаг.

31. Для магазина с торговой площадью до 400 кв. м наиболее экономична сетка колонн:

- 1) 4x4 м;
- 2) 6x6 м;
- 3) 12x12 м.

32. Торговая площадь в магазине:

- 1) должна занимать бóльшую долю в общей площади;
- 2) не должна превышать 50% от общей площади магазина;
- 3) должна составлять ровно 50% от общей площади.

33. В супермаркете торговой площадью 1000 кв. м рабочих мест контролера-кассира должно быть не больше

- 1) 5;
- 2) 8;
- 3) 10.

34. Приемка по весу нетто скоропортящихся товаров, доставленных в магазин в неповрежденной таре, должна быть произведена:

- 1) в момент разгрузки автомобиля, доставившего товары;
- 2) не позднее 24 часов с момента получения товаров;
- 3) в день поступления товаров в магазин.

35. Хранение товаров в магазине осуществляют с учетом сроков хранения, годности и ...

36. Выкладка бывает товарная и ...

37. В зависимости от цели, с которой приобретаются товары, торговлю делят на ... и ...

38. Технология оптовой торговли - это:

- 1) процесс перемещения товаров от производителя до потребителя;
- 2) различные операции, связанные с хранением товаров;
- 3) совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций при организации товародвижения с использованием определенных средств и методов;
- 4) управление товарными запасами.

39. Годовой оптовый складской товарооборот составляет 10000 тыс. руб. Средняя стоимость одной тонны товаров - 5 тыс. руб. Годовой грузооборот склада составит:

- 1) 50000 т;
- 2) 2000 т;
- 3) 15000 т.

40. Непродовольственные товары, поступившие на склад железнодорожным транспортом в неповрежденной таре, должны быть приняты по количеству мест:

- 1) в день поступления на склад;
- 2) не позднее сроков, установленных для разгрузки железнодорожного транспорта;
- 3) не позднее 10 дней с момента получения;
- 4) не позднее 24 часов с момента получения.

41. В наибольшей степени снизить транспортные расходы при снабжении магазинов товарами позволяет применение ящиков, изготовленных:

- 1) из дерева;
- 2) из пластмассы;
- 3) из картона.

42. В зависимости от кратности использования тара бывает разовая, возвратная и ...

43. Форма товароснабжения, применяемая для доставки в магазины товаров простого ассортимента, скоропортящихся, называется ...

44. От других предприятий розничной торговли магазин отличается:

- 1) размером торговой площади;
- 2) наличием торгового зала;
- 3) размещением в здании, имеющем весь комплекс торговых и неторговых помещений.

45. К специализированным магазинам не относится:

- 1) магазин «Хлеб»;
- 2) магазин «Галантерея»;
- 3) магазин «Хозяйственные товары»;
- 4) магазин «Промтовары».

46. Магазин с торговой площадью от 2500 кв. м, реализующий непродовольственные товары универсального ассортимента для детей и применяющий различные методы продажи товаров, называется универмаг «...».

47. Помещения, входящие в состав магазина, делятся на:

- 1) 3 группы;
- 2) 4 группы;
- 3) 5 групп.

48. В магазине не должны быть проходными помещения, предназначенные для ...

49. В торговом зале магазина самообслуживания на долю проходов приходится примерно:

- 1) 70% торговой площади;
- 2) 50% торговой площади;
- 3) 30% торговой площади.

50. Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то работники магазина обязаны

- 1) вызвать представителя поставщика;
- 2) принять товары и составить акт о фактическом их наличии;
- 3) составить акт о фактическом наличии товаров, указав в нем, какие документы отсутствуют;
- 4) отказаться от принятия товаров.

51. Относительную влажность воздуха и температуру в кладовых магазина контролируют специальными приборами - психрометрами и ...

52. Основное место среди современных методов продажи товаров занимает ...

53. Мелкорозничная торговая сеть подразделяется на передвижную и ...

54. Оптовая торговля — это:

- 1) купля-продажа крупных партий товаров;
- 2) торговля товарами с последующей их перепродажей или целевым использованием;
- 3) купля-продажа товаров, для оформления которой не требуется кассовый чек;
- 4) купля-продажа товаров с целью получения прибыли.

55. Склад, осуществляющий складские операции с одной группой товаров, называется:

- 1) универсальный;
- 2) специализированный;
- 3) специальный.

56. Односторонний акт при приемке товаров по количеству составляется:

- 1) при каждой приемке товаров;
- 2) при приемке груза от органа транспорта без проверки количества мест, веса и состояния;
- 3) при обнаружении недостачи товаров;
- 4) при получении товаров без тары.

57. Тара - это:

- 1) то же, что и упаковка;
- 2) основной элемент упаковки;
- 3) многооборотная упаковка;
- 4) упаковка, высвобождаемая из-под товара.

58. Наибольшее значение во внутренней торговле имеют два вида наземного транспорта — ... и ...

59. Форма товароснабжения, применяемая для доставки в магазины товаров, нуждающихся в предварительной подсортировке, называется ...

60. Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест, называется:

- 1) магазин;
- 2) павильон;
- 3) киоск;
- 4) палатка.

61. К магазинам с комбинированным ассортиментом относится:

- 1) магазин «Культтовары»;
- 2) магазин «Галантерея»;
- 3) магазин «Подарки»;
- 4) супермаркет.

62. Гастроном отличается от универсама:

- 1) местом расположения;
- 2) торговой площадью;
- 3) применяемым методом продажи товаров.

63. Основным торговым помещением в магазине является ...

64. Часть торговой площади, на которой осуществляется продажа товаров, называется ...

65. Не существует планировки торгового зала:

- 1) боксовой;
- 2) линейной;
- 3) смешанной;
- 4) демонстрационной.

66. Одновременно с приемкой товаров по качеству производится проверка их комплектности, а также тары, упаковки и ...

67. Большинство товаров, поступающих в торговый зал магазина самообслуживания, нуждаются в:

- 1) сортировке;
- 2) распаковке;
- 3) фасовке;
- 4) облагораживании.

68. Формы продажи товаров делят на магазинные и ...

69. К стационарной мелкорозничной торговой сети относится:

- 1) киоск;
- 2) лоток;
- 3) палатка;
- 4) ларек.

70. Розничная торговля - это:

- 1) купля-продажа мелких партий товаров;
- 2) купля-продажа товаров за наличный расчет;
- 3) купля-продажа товаров, для оформления которой обязательно требуется кассовый чек;
- 4) торговля товарами для использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

71. Организация, обеспечивающая или осуществляющая хранение, подготовку к продаже и отпуск товаров оптовым покупателям, называется товарный ...

72. Овощехранилища, картофелехранилища, склады-холодильники относят к:

- 1) общетоварным складам;
- 2) складам сезонного хранения;
- 3) специальным складам.

73. Оптимальным является значение коэффициента использования складской площади, равное

- 1) 0,25–0,6
- 2) 0,27–33;
- 3) 0,3–0,5;
- 4) 0,7–0,75.

74. Нормативными документами, которые следует изучить для правильного проведения приемки товаров, являются%

- 1) Инструкции П-6 и П-7, а также Положение о поставках товаров народного потребления;
- 2) Счета, товарно-транспортные накладные, спецификации;
- 3) ГОСТы, ТУ;
- 4) Договоры поставки товаров.

75. Применение тары способствует рациональной организации процесса товарного ...

76. Тара, изготавливаемая из двух и более различных материалов, называется ...

77. Вид транспорта, занимающий первое место по объему грузоперевозок в России:

- 1) автомобильный;
- 2) железнодорожный;
- 3) речной;
- 4) морской;
- 5) воздушный.

78. Товары могут доставляться в магазины двумя методами: ... и ...

79. Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого размещается товарный запас, называется:

- 1) павильон;

- 2) ларек;
- 3) киоск;
- 4) палатка.

80. К магазинам со смешанным ассортиментом относится:

- 1) магазин «Продукты»;
- 2) магазин «Товары повседневного спроса»;
- 3) магазин «Одежда-Обувь»;
- 4) магазин «Промтовары».

81. Магазин «Продукты» может иметь торговую площадь:

- 1) не менее 18 кв. м;
- 2) не менее 50 кв. м;
- 3) не более 160 кв. м.

82. Площадь приемочной в магазине зависит от количества мест для ...

83. В торговом зале магазина товарные и покупательские потоки не должны ...

84. Планировка торгового зала, которая является оптимальной для магазина самообслуживания, - ...

85. Приемка по качеству и комплектности товаров, доставляемых в магазин его собственным транспортом, производится:

- 1) в месте разгрузки транспортного средства;
- 2) на складе поставщика;
- 3) непосредственно в магазине.

86. Естественная убыль при хранении товаров возникает вследствие:

- 1) порчи;
- 2) боя;
- 3) усушки;
- 4) лома.

87. Организационный прием доведения товаров до покупателей - это:

- 1) метод продажи товаров;
- 2) форма продажи товаров;
- 3) товародвижение;
- 4) услуга торговли.

88. К передвижным средствам торговли относятся специально оборудованные приспособления для торговли вразвоз и ...

89. Последовательность этапов торгово-технологического процесса товародвижения:

- 1) приемка и хранение товаров на складах оптовой торговли;
- 2) внутримagaзинные операции;
- 3) транспортировка товаров от производства до складов оптовой торговли;
- 4) отпуск товаров конечным покупателям и оказание им дополнительных услуг;
- 5) внутрискладское перемещение товаров;
- 6) товароснабжение розничной торговой сети.

90. Последовательность операций коммерческой деятельности оптового предприятия по закупке товаров:

- 1) поиск и выбор поставщиков;
- 2) изучение спроса на товары;
- 3) контроль исполнения договорных обязательств;
- 4) заключение договоров с поставщиками.

91. К складским помещениям подсобного назначения не относятся:

- 1) помещения для мойки инвентаря;
- 2) помещения для хранения оборудования;
- 3) санитарно-бытовые помещения;
- 4) помещения для хранения упаковочных материалов.

92. Оптимальным является значение коэффициента использования складского объема, равное:

- 1) 0,25–0,6;
- 2) 0,27–33;
- 3) 0,3–0,5;
- 4) 0,7–0,75.

93. В соответствии с требованиями Инструкции П-7 приемка товаров по качеству и комплектности производится:

- 1) на складе органа транспорта;
- 2) на складе поставщика;
- 3) на складе получателя.

94. Средство или комплекс средств, которые обеспечивают защиту товаров от повреждений и потерь, а окружающей среды от загрязнений, называется ...

95. К потребительской таре не относится:

- 1) пачка;
- 2) коробка;
- 3) фляга;
- 4) туба.

96. Скорость доставки грузов на короткие (до 20 км) расстояния значительно выше:

- 1) у гужевого транспорта;
- 2) у автомобильного транспорта;
- 3) у водного транспорта;
- 4) у воздушного транспорта.

97. ... доставка товаров - это доставка товаров силами и средствами поставщика.

98. Легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которого хранится товарный запас на один день торговли, называется:

- 1) палатка;
- 2) ларек;
- 3) киоск;
- 4) лоток.

99. Магазины «Семена», «Природа» относятся:

- 1) к продовольственным;
- 2) к непродовольственным;
- 3) к магазинам прочей товарной специализации.

100. Магазин «Промтовары» может иметь торговую площадь:

- 1) не менее 18 кв. м;
- 2) не менее 100 кв. м;
- 3) не более 250 кв. м.

101. Охлаждаемые камеры в магазине входят в группу:

- 1) торговых помещений;
- 2) помещений для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;
- 3) подсобных помещений;
- 4) технических помещений.

102. Для торгового зала наименее предпочтительно соотношение сторон:

- 1) 1:1;
- 2) 2:3;
- 3) 1:2;
- 4) 1:5.

103. В магазине самообслуживания с глубиной торгового зала до 12 м целесообразно применять:

- 1) линейную продольную планировку;
- 2) линейную поперечную планировку;

- 3) линейную комбинированную планировку;
- 4) боксовую планировку.

104. В соответствии с требованиями Инструкции П-7 приемка по качеству скоропортящихся товаров должна быть завершена:

- 1) не позднее 4 часов с момента получения товаров;
- 2) не позднее 24 часов с момента получения товаров;
- 3) в день поступления товаров в магазин;
- 4) не позднее 10 дней с момента получения товаров.

105. Потери товаров при хранении и подготовке к продаже, возникающие в результате естественных процессов, называются ...

106. Совокупность приемов и способов, с помощью которых розничные торговые предприятия осуществляют процесс продажи товаров - это:

- 1) услуга розничной торговли;
- 2) форма продажи товаров;
- 3) метод продажи товаров.

107. Результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров - это:

- 1) форма продажи товаров;
- 2) метод продажи товаров;
- 3) услуга торговли;
- 4) торгово-технологический процесс.

108. Термину «товародвижение» в наибольшей степени соответствует определение:

- 1) совокупность торгово-организационных операций, осуществляемых в процессе купли-продажи товаров;
- 2) процесс физического перемещения товаров от производителя до конечного потребителя;
- 3) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления через предприятия оптовой и розничной торговли;
- 4) совокупность коммерческих и технологических операций по удовлетворению потребностей розничной торговой сети в товарах.

109. К торговым (коммерческим) операциям, выполняемым на складе, не относится:

- 1) управление товарными запасами;
- 2) формирование ассортимента товаров;
- 3) подготовка товаров к продаже;
- 4) рекламирование товаров и услуг.

110. К складским помещениям вспомогательного назначения не относятся:
(выбрать один правильный ответ)

- 1) помещения аппарата управления;
- 2) санитарно-бытовые помещения;
- 3) вестибюли;
- 4) экспедиции.

111. Содержание технологического процесса на складе в первую очередь зависит от:

- 1) квалификации работников склада;
- 2) ассортимента товаров, хранящихся на складе;
- 3) устройства склада.

112. Непродовольственные товары, поступившие в неповрежденной таре от иногороднего поставщика, должны быть приняты по качеству и комплектности:

- 1) не позднее 10 дней с момента получения;
- 2) не позднее сроков, установленных для разгрузки транспорта;
- 3) не позднее 20 дней с момента получения;
- 4) не позднее 24 часов с момента получения.

113. Основной элемент упаковки называется ...

114. Транспортная тара не бывает:

- 1) керамическая;
- 2) картонная;
- 3) бумажная;
- 4) текстильная.

115. Наиболее экономичным при внутренних перевозках является транспорт:

- 1) автомобильный;
- 2) железнодорожный;
- 3) речной;
- 4) воздушный.

116. При организации централизованной доставки товаров в магазины разрабатывают маятниковые (линейные) и кольцевые ...

117. Предприятия розничной торговли выполняют два вида функций: торговые (коммерческие) и ...

118. Совокупность торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг, расположенных на определенной территории, спланированных, построенных и управляемых как единое целое - это:

- 1) торговый центр;
- 2) торговый дом;
- 3) гипермаркет.

119. Тип предприятия розничной торговли торговой площадью от 1000 кв. м, реализующего товарные комплексы предметов туалета и гардероба для женщин и мужчин и использующего различные методы продажи товаров:

- 1) магазин «Культтовары»;
- 2) торговый дом;
- 3) магазин «Промтовары»;
- 4) универмаг.

120. Помещение магазина, предназначенное для подготовки к продаже мяса, называется ...

121. В площадь торгового зала магазина самообслуживания не входит:

- 1) установочная площадь;
- 2) экспозиционная площадь;
- 3) площадь проходов;
- 4) площадь рабочих мест обслуживающего персонала;
- 5) площадь контрольно-кассового узла.

122. В универмаге наиболее рационально применять:

- 1) линейную продольную планировку;
- 2) линейную поперечную планировку;
- 3) линейную комбинированную планировку;
- 4) боксовую планировку.

123. Причиной естественной убыли продовольственных товаров не является:

- 1) усушка, выветривание;
- 2) раскрошка;
- 3) распыл;
- 4) бой, лом.

124. Последовательность операций, составляющих процесс продажи товаров в магазине при индивидуальном обслуживании покупателя через прилавок:

- 1) проведение технологических операций (нарезка, взвешивание и др.);
- 2) помощь в выборе товаров и консультация продавца;
- 3) встреча покупателя и выявление его намерения;
- 4) расчетные операции;
- 5) упаковка и выдача покупок;
- 6) предложение и показ товаров.

125. Услуги, выполнение которых требует дополнительных затрат, предоставляются магазинами за отдельную плату по утвержденным ...

126. К производственным факторам, оказывающим влияние на процесс товародвижения, не относится:

- 1) размещение производства;
- 2) степень сложности торгового ассортимента товаров;
- 3) сезонность производства отдельных видов товаров;
- 4) специализация производственных предприятий.

127. К коммерческим операциям, выполняемым на складе, относится:

- 1) хранение товаров;
- 2) проведение рекламных мероприятий;
- 3) комплектование товаров по заявкам оптовых покупателей;
- 4) приемка товаров по количеству.

128. Операции складского технологического процесса делят на:

- 1) 2 группы;
- 2) 3 группы;
- 3) 4 группы.

129. Двусторонний акт, составляемый по результатам окончательной приемки товаров по качеству и комплектности, должен быть утвержден:

- 1) в момент составления членами комиссии
- 2) в момент составления заведующим складом;
- 3) в течение трех дней после составления руководителем предприятия-получателя.

130. Крышка, бушон, пробка - это:

- 1) потребительская тара;
- 2) вспомогательное упаковочное средство;
- 3) упаковка.

131. Транспортная тара, габаритные размеры которой превышают 1200x1000x1200 мм, называется ...

132. Наиболее дорогим при внутренних перевозках является транспорт:

- 1) автомобильный;
- 2) железнодорожный;
- 3) речной;
- 4) воздушный.

133. Маятниковые (линейные) маршруты при централизованной доставке товаров применяют:

- 1) при завозе товаров в несколько магазинов за один рейс;

2) если объем поставки значительно меньше грузоподъемности автомобиля;

3) для доставки в магазин большого количества товаров одним автомобилем за несколько рейсов.

134. Торговыми (коммерческими) функциями предприятий розничной торговли, не являются:

- 1) изучение покупательского спроса на товары;
- 2) упаковка, маркировка товаров;
- 3) управление товарными запасами;
- 4) формирование ассортимента товаров.

135. Система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, называется ...

136. К подсобным помещениям магазина относится:

- 1) гардеробная;
- 2) кладовая;
- 3) моечная;
- 4) разгрузочная.

137. В установочную площадь магазина не входит площадь, занимаемая:

- 1) торговой мебелью;
- 2) контрольно-кассовыми машинами;
- 3) холодильным оборудованием;
- 4) крупногабаритными товарами, расположенными на полу.

139. Смешанная планировка торгового зала сочетает в себе два вида планировки - боксовую и ...

140. При размещении и выкладке в торговом зале товаров, особенно продовольственных, необходимо строго соблюдать правила товарного ...

141. Последовательность операций, составляющих процесс продажи товаров в магазине самообслуживания:

- 1) упаковка приобретенных товаров;
- 2) получение покупателем инвентарной корзины или тележки;
- 3) подсчет стоимости отобранных товаров;
- 4) встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации;
- 5) оплата купленных товаров и получение чека;
- 6) возврат инвентарной корзины или тележки на место их концентрации;
- 7) самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в контрольно-кассовый узел.

142. К услугам по оказанию помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании не относится:

(выбрать один правильный ответ)

- 1) доставка товаров на дом покупателю;
- 2) реализация товаров в кредит;
- 3) подарочная упаковка купленных товаров;
- 4) консультация специалиста по товарам.

143. В практике организации товародвижения находят применение две его формы: ... и ...

144. Подсортировка товаров - это:

- 1) определение сортности товаров;
- 2) то же, что управление товарными запасами;
- 3) подготовка товаров к продаже;
- 4) преобразование промышленного ассортимента товаров в торговый.

145. Последовательность выполнения операций, связанных с поступлением товаров на склад:

- 1) приемка товаров по количеству и качеству;
- 2) разгрузка транспортных средств;
- 3) распаковка товаров;
- 4) перемещение товаров на участок приемки.

146. Под хранением понимают процесс размещения товаров в складском помещении, содержание и уход за ними с целью обеспечения их качества и ...

147. Наиболее распространенной тарой в настоящее время является:

- 1) деревянная;
- 2) металлическая;
- 3) полимерная;
- 4) картонная;
- 5) текстильная;
- 6) бумажная.

148. Кольцевые маршруты при централизованной доставке товаров применяют:

- 1) при завозе товаров в несколько магазинов за один рейс;
- 2) если объем поставки в каждый магазин равен грузоподъемности автомобиля;
- 3) для доставки в магазин большого количества товаров несколькими автомобилями.

149. Технологическими функциями предприятий розничной торговли, не являются

- 1) приемка товаров по количеству и качеству;
- 2) хранение товаров;
- 3) размещение и выкладка товаров в торговом зале;
- 4) рекламирование товаров и услуг.

150. При определении типа магазина не учитывается:

- 1) ассортимент реализуемых товаров;
- 2) торговая площадь;
- 3) общая площадь;
- 4) применяемые методы продажи товаров.

151. Облегченные торговые сооружения предназначены для размещения мелкорозничных торговых предприятий, а капитальные здания - для размещения ...

152. В группу административно-бытовых помещений магазина не входит:

- 1) бельевая;
- 2) комната персонала;
- 3) гардеробная;
- 4) главная касса.

153. Суммарная площадь всех плоскостей торгового оборудования, используемых для показа товаров в торговом зале, называется:

- 1) площадь выкладки;
- 2) демонстрационная площадь;
- 3) экспозиционная площадь;
- 4) установочная площадь.

154. Последовательность операций по поступлению товаров в магазин:

- 1) приемка товаров по количеству и качеству;
- 2) разгрузка транспортных средств;
- 3) распаковка товаров;
- 4) доставка товаров автомобильным транспортом.

155. Гигроскопичные товары нельзя хранить совместно с товарами, выделяющими ...

156. Товары, на выбор которых покупатель затрачивает много времени, в магазинах самообслуживания размещают:

- 1) у входа в торговый зал;
- 2) у выхода из торгового зала;
- 3) в глубине торгового зала;
- 4) рядом с контрольно-кассовым узлом.

158. При продаже товаров по образцам в торговом зале выставляются не товары, предназначенные для отбора покупателями, а их ...

159. К информационно-консультационным услугам относится:

- 1) дегустация товаров в магазине;
- 2) прием заказов на товары;
- 3) установка технически сложных товаров на дому у покупателя;
- 4) оценка ювелирных изделий на дому.

160. Форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи, минуя склады посредников, называется ...

161. Участки приемки товаров на складе должны располагаться вблизи:

- 1) участков комплектования;
- 2) отправочных экспедиций;
- 3) зон хранения товаров;
- 4) участков упаковки.

162. При обнаружении недостачи товаров в ходе приемки работники склада должны:

- 1) вызвать представителя поставщика;
- 2) создать комиссию и составить акт приемки товаров по количеству;
- 3) продолжить приемку;
- 4) приостановить приемку, составить акт, поставить в известность руководство.

163. Наиболее распространенными способами хранения упакованных товаров являются штабельный и ...

164. Транспортную тару от потребительской отличает то, что она:

- 1) является многооборотной;
- 2) образует самостоятельную транспортную единицу;
- 3) не оплачивается покупателем, так как ее стоимость не входит в стоимость товара;
- 4) предназначена для транспортировки и хранения товара.

165. По регулируемым тарифам осуществляется перевозка грузов:

- 1) автомобильным транспортом;
- 2) железнодорожным транспортом;
- 3) водным транспортом;
- 4) воздушным транспортом.

166. Розничная торговля — это торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с ...

167. Весь торгово-технологический процесс в магазине делят на:

- 1) 2 части;
- 2) 3 части;
- 3) 4 части.

168. Гипермаркет отличается от супермаркета:

- 1) местом расположения;
- 2) торговой площадью;
- 3) применяемыми методами продажи товаров.

169. Для рациональной организации торгово-технологического процесса наиболее приспособлены магазины:

- 1) отдельно стоящие;
- 2) пристроенные;
- 3) встроенно-пристроенные;
- 4) встроенные.

170. В группу технических помещений магазина не входит:

- 1) радиоузел;
- 2) электрощитовая;
- 3) котельная;
- 4) охлаждаемая камера.

171. Оптимальными значениями коэффициента установочной площади для универсама являются:

- 1) 0,25–0,27;
- 2) 0,28–0,32;
- 3) 0,33–0,42;
- 4) 0,65–0,75.

172. Сопроводительные документы, которые могут использоваться при приемке товаров по количеству, это:

- 1) договор, стандарты;
- 2) Инструкция П-6;
- 3) Инструкция П-7;
- 4) счета-фактуры, накладные.

173. В кладовых магазина распакованные товары хранят на ...

174. Мелкоштучные товары импульсивного спроса в магазинах самообслуживания выкладывают:

- 1) у входа в торговый зал;
- 2) в глубине торгового зала;
- 3) рядом с контрольно-кассовым узлом.

175. С открытой выкладкой реализуются товары, при отборе которых не требуется участие ...

176. К услугам по созданию удобств покупателям в магазинах не относится:

- 1) услуги комнаты матери и ребенка;
- 2) организация доставки товаров по адресу, указанному покупателем;
- 3) прием и хранение вещей покупателей;
- 4) парковка личного транспорта на стоянку у магазина.

5.4. Задания для самостоятельной работы обучающихся

Задания для самостоятельной работы по отдельным темам дисциплины обучающиеся получают у преподавателя в начале изучения дисциплины и выполняют их по мере изучения теоретического материала на лекциях и практических занятиях.

Выполнение заданий для самостоятельной работы оформляется обучающимися в письменной, рукописной форме, в отдельной тетради и представляются преподавателю в день проведения последнего практического занятия.

Тема «Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров»

1. Охарактеризуйте роль транспорта в развитии международной торговли.
2. Опишите основные критерии выбора вида транспортных средств для перевозки грузов. Охарактеризуйте сферы применения различных видов транспортных средств в торговле и используемые виды транспорта.
3. Охарактеризуйте зависимость тарифов на перевозку от класса грузов.
4. Опишите особенности оказания транспортно-экспедиционных услуг при доставке грузов автомобильным и железнодорожным транспортом.

5. Сформулируйте основные требования, которые розничные предприятия предъявляют к оптовым фирмам.

6. Охарактеризуйте роль оптовых торговых предприятий в обеспечении населения товарами сезонного спроса.

7. На примере конкретного предприятия (реального или вымышленного) определите потенциального поставщика-посредника исходя из данных: партионности, периодичности, расстояния перевозок и др.

Тема «Коммерческая работа по оптовой продаже товаров»

1. Дайте характеристику основным тенденциям развития современного складского хозяйства.

2. Осуществите технологическую планировку общетоварного и специализированного склада.

3. Охарактеризуйте систему технико-экономических показателей, используемых для оценки эффективности работы складов.

4. Охарактеризуйте распределительные центры торговых сетей: понятие и функции, выполняемые на товарном рынке.

5. Охарактеризуйте наиболее рациональные схемы технологических процессов на складах оптовых предприятий.

6. Опишите порядок документального оформления: поступления товаров на предприятие, учета реализации товаров и перемещения товаров внутри товарного склада, списания товаров.

7. Определите порядок и документальное оформление переоценки товаров и их особенности в предприятиях оптовой и розничной торговли.

Тема «Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Услуги в торговле»

1. Опишите процедуру выбора местоположения торгового предприятия.

2. Опишите, на основании каких факторов определяется привлекательность района или торговой зоны? Укажите основные факторы, влияющие на размер торговой зоны.

3. Назовите основные типы месторасположения предприятий розничной торговли. Объясните различия между ними.

4. Что такое торговый центр? В чём заключается особенность торгового центра в сравнении с другими типами розничных торговых предприятий? Приведите экономическое обоснование эффекта создания «торговых улиц» и торговых центров.

5. Известны различные методы размещения магазинов на территории населенных пунктов. Каковы преимущества и недостатки каждого из этих методов. Где, по вашему мнению, лучше всего разместить гипермаркет, мини-маркет, ювелирный магазин, обувной магазин, булочную.

6. Опишите каким образом размещение магазина оказывает влияние на его имидж. Ответ проиллюстрируйте примерами из практики торгового бизнеса в России.

7. Опишите роль и значение торгово-развлекательных центров в России, состояние и перспективы развития.

8. На конкретном примере поясните, как выбранная форма торгового обслуживания влияет на организацию торгово-технологических процессов в данном магазине.

9. На конкретном примере поясните, каким образом планировка магазина отражается на организации в нем торгово-технологических процессов?

10. Как осуществляется приемка товаров, имеющих количественные или качественные расхождения по сравнению с данными сопроводительных документов поставщика?

11. Опишите порядок работы с товарами, ненадлежащее качество которых обнаружено потребителем после приобретения их в магазине.

12. Опишите какие мероприятия может реализовать продовольственный магазин у дома для улучшения качества обслуживания покупателей.

13. Опишите требования, предъявляемые к претендентам на вакантную должность продавцов в магазине.

14. Опишите какие факторы могут повысить лояльность покупателей к продовольственному магазину и гипермаркету.

15. Опишите какие услуги целесообразно предложить покупателям в магазинах следующих типов: «Супермаркет», «Гастроном», «Продукты», «Универмаг», «Товары для детей», «Все для дома».

16. Опишите требования, предъявляемые к технологической планировке торгового зала современного магазина.

17. Охарактеризуйте факторы, влияющие на организацию движения потоков покупателей внутри магазина.

18. Опишите рациональную организацию системы навигации покупателей в торговом зале магазина.

19. Раскройте правило «золотого треугольника» для торговых предприятий с небольшой торговой площадью.

20. Опишите варианты размещения оборудования в торговом зале рекомендуется применять в розничных торговых предприятиях различных типов и видов?

21. Раскройте экономическую сущность коэффициентов установочной и экспозиционной площади магазина.

22. Опишите варианты организации узла расчёта. Как рассчитывается количество рабочих мест контролёров-кассиров в магазинах самообслуживания?

23. Поясните, почему нужно уделять повышенное внимание организации прикассовой зоны в магазине? В чем заключаются особенности организации рекламы в этой зоне торгового зала магазина?

24. Опишите основные технологические требования к проектированию административно-бытовых помещений магазина.

25. Поясните, каким образом технологическое решение «вход-выход» в здание магазина и его торговый зал влияет на организацию движения потоков покупателей внутри магазина? Ответ проиллюстрируйте примерами магазинов различных типов.

26. Опишите как влияет планировка внутреннего пространства магазина на восприятие удобства магазина потребителями? Приведите примеры магазинов с удобной и неудобной, по Вашему мнению, планировкой. На примере конкретного торгового предприятия сформулируйте свои предложения по совершенствованию планировки и оформления торгового зала.

27. Сформулируйте рекомендации по расположению товарных отделов в магазинах различных типов: в супермаркетах, в универмагах, в магазинах типов «Продукты», «Одежда» и др. (на выбор обучающегося).

28. На примере технологической планировки торгового зала магазина «Одежда», расположенного на площади торгового центра, поясните, как изменяется «ценность» торговой площади магазина в зависимости от занимаемого этажа и по мере удаления от входов в торговые залы. Укажите «сильные» и «слабые» стороны расположения товаров в торговом зале этого магазина.

29. На конкретных примерах поясните, как размер торговой площади, ассортимент реализуемых товаров и применяемая форма обслуживания влияют на организацию узла расчёта в магазине?

5.5. Задание для посещения предприятий розничной торговли

Для изучения и анализа деятельности действующего предприятия розничной торговли за период изучения дисциплины «Коммерческая деятельность» обучающийся должен посетить не менее трех розничных предприятий и подготовить отчеты по каждому предприятию в письменной форме по указанному ниже плану.

План отчета о посещении магазина

1. Характеристика магазина:
 - ✓ тип магазина (универсам, магазин «Продукты», магазин «Книги» и т. д.);
 - ✓ название (на вывеске);
 - ✓ организационно-правовая форма (ИП, ООО и т.п.);
 - ✓ тип здания (отдельно стоящее, встроенное, встроенно-пристроенное, торговый центр);
 - ✓ оформление фасада (вывеска, витрины, благоустройство прилегающей территории, парковка личного автотранспорта).
2. Характеристика места расположения (адрес, плотность жилой застройки, наличие конкурентов).
3. Режим работы.
4. Конфигурация (форма и соотношение сторон) и примерная площадь торгового зала.
5. Планировка торгового зала (линейная, боксовая и т. д.). – составить схему планировки торгового зала.
6. Отделы, секции (перечислить). Наличие указателей отделов, их информативность.
7. Характеристика ассортимента товаров (если магазин большой, то перечислить ассортимент двух отделов).
8. Применяемые методы продажи (индивидуальное обслуживание через прилавки, самообслуживание, по образцам и др.), их характеристика.
9. Оснащенность магазина основными видами торгового оборудования (торговая мебель, холодильное, весоизмерительное, контрольно-кассовое и др.).
10. Размещение товаров (расположение товарных групп относительно входа и выхода и относительно друг друга, соблюдение правил товарного соседства) и их выкладка (расположение на торговом оборудовании, способы выкладки — рядами, стопками, навалом и др.). Наличие ценников, информации о товаре.
11. Перечень предоставляемых услуг.
12. Организация расчетных операций:
 - ✓ место проведения (на рабочем месте продавца при продаже через прилавок, в едином контрольно-кассовом узле магазина самообслуживания);
 - ✓ форма расчетов (наличными, оплата с помощью пластиковых карт).
13. Наличие информации о правилах работы магазина и правилах продажи товаров (соответствующие документы должны быть представлены в торговом зале на видном месте).
14. Качество обслуживания покупателей (квалификация персонала, создание условий для совершения покупки, для отдыха покупателей в крупных магазинах и т. п.).

15. Оформление интерьера торгового зала.

16. Выводы и предложения по улучшению обслуживания покупателей в магазине.

5.6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

В конце семестра, перед зачетом, преподаватель проверяет и отмечает наличие у обучающихся:

- Конспектов лекций.
- Конспектов практических занятий.
- Выполненных заданий по посещению магазина.
- Результаты компьютерного тестирования. При компьютерном тестировании обучающиеся должны получить не менее 80% правильных ответов. Тестирование проводится в Центре компьютерного тестирования Университета.

К сдаче зачета обучающиеся допускаются только при наличии указанных выше результатов изучения дисциплины.

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не

может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

6. Методические рекомендации преподавателям по технологии реализации дисциплины

При реализации программы дисциплины «Коммерческая деятельность» используются различные образовательные технологии.

В начале дисциплины применяется метод адаптивного обучения - способ организации учебного процесса с учетом индивидуального уровня подготовки обучаемого до начала учебного процесса (Введение, практическое занятие 1) и в процессе обучения.

На первом практическом занятии выясняется уровень индивидуальной подготовки обучающихся на основе результатов входного контроля по тестам с открытыми вопросами, письменной контрольной работы или путем устного опроса. Далее по темам курса каждый обучающийся получает индивидуальное практическое задание и активно участвует в достижении поставленной цели. При этом обучающийся овладевает информационно-коммуникационными технологиями для подготовки презентаций по теме практических (лабораторных) занятий.

В начале семестра преподаватель выдает обучающимся задания для самостоятельной работы, рассчитанные на весь семестр.

Во время аудиторных занятий лекции проводятся с использованием ПК и проектора, практические (лабораторные) занятия – в виде группового обсуждения под руководством преподавателя проблем предметной области, работы с нормативными и техническими документами, работы с образцами товаров, групповой и индивидуальной работы с образцами потребительских товаров, химическими реактивами и приборами. В учебном процессе используются материалы печатные и в электронной форме; аудио- и видеоносители; аудио и видео - лекции в электронной форме и др.

Для реализации компетентностного подхода предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-класс специалиста.

Деловая игра – метод имитации (подражания, изображения) принятия решений торговым персоналом разного уровня управления в производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Диалоговые игры применяются в качестве средства активного обучения в бизнесе, познания норм поведения, освоения процессов принятия решения.

Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является раз-

витие компетентности и межличностного профессионального поведения в общении.

Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание обучающимися реферата по тематике предложенной преподавателем.

Мастер-класс – занятие, которое проводит эксперт - известный действующий специалист в профессиональной области, для тех, кто хочет улучшить свои практические достижения в данной дисциплине.

Круглый стол – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной среде, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога.

Метод кейс-стади – обучение при котором обучающиеся и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. При данном методе обучения обучающийся самостоятельно вынужден принимать решение и обосновывать его.

Метод проектов – комплексный метод обучения, результатом которого является создание какого-либо продукта и явления. В основе учебных проектов лежат исследовательские методы обучения.

Тестирование – контроль знаний с помощью тестов с открытыми и закрытыми вопросами для текущей и промежуточной аттестации, самоконтроля. Заключительная тема модуля может быть проведена в форме тестирования. Она позволяет выявить итоговый уровень подготовленности обучающегося в зависимости от посещения им аудиторных занятий, выполнения практических заданий и самостоятельной работы.

Часть практических занятий могут проводиться в форме выездного занятия, в том числе в торговые предприятия, в подразделения Роспотребнадзора РФ, учреждения и организации Госстандарта РФ.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, в целом по дисциплине «Коммерческая деятельность» составляют не менее 25% аудиторных занятий.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для эффективного освоения теоретического материала и приобретения указанных выше компетенций, обучающиеся должны систематически заниматься, выполняя 3 основных вида работ:

7.1. Лекционные занятия

Материал лекционных занятий подлежит конспектированию во время лекций и внимательному изучению во внеаудиторное время. Конспекты лекций должны записываться обучающимися вручную, без использования технических средств. В конце семестра преподаватель проверяет и отмечает наличие у обучающихся конспектов лекций по дисциплине.

7.2. Практические занятия

Критерии подготовленности обучающихся к практическому занятию:

- знание темы, рекомендованной основной и дополнительной литературы, точное и правильное конспектирование первоисточников в соответствии с планом занятия и предлагаемыми вопросами для обсуждения;
- подготовка по каждому вопросу плана и выбор проблемы для развернутого индивидуального выступления или обобщения материалов, над которыми обучающийся работал индивидуально или работала творческая группа;
- психологическая готовность каждого участника занятия к выступлению и участию в общей дискуссии.

Подготовка к практическим занятиям строится на основе самостоятельной работы обучающихся с учебником, учебными пособиями, нормативными документами, каталогами. При этом, выделяются различные формы записей результатов анализа изучаемых статей, работ, трактатов, рукописей и других материалов, используемых для выполнения поставленных учебных задач:

Составление плана - эта форма работы предполагает выделение обучающимся структуры и общей логики работы (статьи, трактата, первоисточника и т.д.), что способствует более углубленному пониманию текста, систематизации и обработке изучаемого материала. План статьи или какой-либо работы представляет собой своеобразный перечень основных мыслей, идей, их оглавление. Для составления плана следует разделить текст на части, каждая из которых должна охватывать определенную проблему или вопрос, поднимаемый автором. Затем необходимо озаглавить каждый пункт плана и пронумеровать заголовки. Эта система работы с текстом представляет собой *простой план*. Если каждый пункт плана разбивается на частные вопросы и подзаголовки, то результатом является *сложный план*.

При составлении плана особенно важно выделять основные мысли или идеи автора, располагать их в логическом порядке и подбирать соответствующие заголовки к выделенным частям. Планы приобретают особую значимость при подготовке устных выступлений на основе анализа текстов и материалов.

Тезисы - представляют собой кратко сформулированные основные положения статьи, работы, книги, нормативного документа. Если план перечисляет вопросы, не раскрывая их, то тезисы, кратко передавая содержание материала, расшифровывает основные идеи и мысли автора. Составление тезисов требует определенных умений, среди которых наиболее важным является способность к обобщению и систематизации идей и мыслей, сформулированных в работе.

При составлении тезисов необходимо освоить прочитанный материал, осознать основные положения и логику их изложения, разбить материал на части и в краткой форме расшифровать каждый структурный раздел. Возможна нумерация тезисов.

Выписки являются дополнением к тезисам. Поскольку тезисы не содержат ни объяснений, ни доказательств, то выписки позволяют дополнить тезисы фактами и аргументами. Выписки делают, как правило, на отдельных листах или карточках, текст выписки берется в кавычки, полностью указываются источник, страница. При составлении выписок и ведении записей рекомендуется

использовать красную строку, выделение цветом, римские и арабские цифры, буквы алфавита и т.д.

Конспект - один из основных видов работы с первоисточниками, представляет краткий очерк, обзор, изложение материала, куда включаются основные мысли и идеи работы, изложенные в порядке их взаимосвязи. Конспектирование текстов проводится после их тщательного анализа и полного изучения (прочтения). Конспектирование способствует логизации мышления обучающихся и позволяет научиться точному и краткому выражению мыслей.

При конспектировании важно делать записи и пояснения, отражающие собственное отношение к тем или иным идеям и мыслям, высказанным в тексте; возможна формулировка возникающих по мере конспектирования вопросов и замечаний.

Различают два вида конспекта - *простой* и *сложный*. **Простой конспект** представляет собой сплошную запись без оценки и анализа текста. Составление **сложного конспекта** требует более высоких аналитических умений работы с первоисточниками, так как необходимо расчленить текст на отдельные смысловые части, критически проанализировать и обобщить представленный материал.

Возможно составление конспекта сразу по нескольким источникам, подобный вид работы называется **сводным (тематическим) конспектом**. Этот вид конспекта необходим для подготовки к проблемным практическим занятиям, когда рекомендуется по одному вопросу проанализировать несколько источников. При составлении тематического конспекта следует первоначально ознакомиться с планом занятия, выделить логику и последовательность в изучении нескольких источников, составить план каждого из них и приступить непосредственно к конспектированию, следуя единому плану.

Практические занятия являются продолжением освоения обучающимися курса на лекциях и предполагают углубленное изучение отдельных проблем на основе самостоятельной проработки материалов первоисточников. Предлагаемая программа семинарских занятий предполагает отбор преподавателем ВУЗа необходимых тем и проблем в соответствии со спецификой организации работы с обучающимися по данному курсу.

7.3. Рефераты

Реферат – краткое изложение в письменном виде или форме публичного доклада содержания книги, статьи или нескольких работ, научного труда, литературы по общей тематике, нормативного документа.

Реферат – это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом:

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).
3. Составление библиографии.
4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Оформление реферата в виде презентации в программе PowerPoint.
7. Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии.

Содержание работы должно отражать:

1. Знание современного состояния проблемы.
2. Обоснование выбранной темы.
3. Использование известных результатов и фактов;
4. Полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой.
5. Актуальность поставленной проблемы.
6. Материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

Типовая структура реферата.

1. Титульный лист.
2. План (простой или развернутый).
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Список литературы.

Реферат может рассматриваться как одна из форм контрольных работ. Объем реферата не должен превышать 10 страниц.

Представление реферата осуществляется в форме доклада с предъявлением презентации.

7.4. Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы обучающиеся получают у преподавателя в начале семестра и выполняют их в течение всего семестра. В конце семестра, перед экзаменом, преподаватель проверяет и отмечает выполнение обучающимися заданий для самостоятельной работы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

а) законодательные и нормативные акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.
3. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ [Электронный ресурс]
4. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм.

и доп.) // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

5. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

6. Федеральный закон «Об основах охраны труда в РФ» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

7. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс
Правила продажи отдельных видов товаров // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

8. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

9. Правила продажи товаров дистанционным способом // КонсультантПлюс. — Электрон. дан.

10. Правила продажи товаров по образцам СП 2.3.6.1066 – 01 Санитарно-эпидемиологические правила (утв. Министерством здравоохранения РФ 07.09.2001 № 23) // КонсультантПлюс. - Электронный ресурс

11. ПОТ РМ 014-2000 Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

12. Постановление Министерства труда и социального развития Российской Федерации «Об утверждении Межотраслевых типовых инструкций по охране труда для работников розничной торговли» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

13. СНиП 31-04-01 Складские здания // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

14. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

15. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

16. ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

17. ГОСТ Р 51377-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].
Гражданский кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

18. Трудовой кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

19. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ [Электронный ресурс]

20. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм. и доп.) // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

21. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

22. Федеральный закон «Об основах охраны труда в РФ» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

23. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использовани-

ем платежных карт» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс Правила продажи отдельных видов товаров // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

24. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

25. Правила продажи товаров дистанционным способом // КонсультантПлюс. — Электрон. дан.

26. Правила продажи товаров по образцам СП 2.3.6.1066 – 01 Санитарно-эпидемиологические правила (утв. Министерством здравоохранения РФ 07.09.2001 № 23) // КонсультантПлюс. - Электронный ресурс

27. ПОТ РМ 014-2000 Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

28. Постановление Министерства труда и социального развития Российской Федерации «Об утверждении Межотраслевых типовых инструкций по охране труда для работников розничной торговли» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

29. СНиП 31-04-01 Складские здания // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

30. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

31. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

32. ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

33. ГОСТ Р 51377-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.]. Гражданский кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

34. Трудовой кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

35. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ [Электронный ресурс]

36. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм. и доп.) // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

37. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

38. Федеральный закон «Об основах охраны труда в РФ» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

39. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс Правила продажи отдельных видов товаров // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

40. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами // КонсультантПлюс.— Электронный ресурс

41. Правила продажи товаров дистанционным способом // КонсультантПлюс. — Электрон. дан.

42. Правила продажи товаров по образцам СП 2.3.6.1066 – 01 Санитар-

но-эпидемиологические правила (утв. Министерством здравоохранения РФ 07.09.2001 № 23) // КонсультантПлюс. - Электронный ресурс

43. ПОТ РМ 014-2000 Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс.

44. Постановление Министерства труда и социального развития Российской Федерации «Об утверждении Межотраслевых типовых инструкций по охране труда для работников розничной торговли» // КонсультантПлюс. — Электронный ресурс

45. СНИП 31-04-01 Складские здания // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

46. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

47. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

48. ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.].

ГОСТ Р 51377-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли // КонсультантПлюс. — Электрон. дан. — [М., 2011.]

а) основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450865>

2. Грибанова, И. В. Организация и технология торговли : учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. — 3-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 203 с. — ISBN 978-985-503-549-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93405.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 108 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08386-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453305>

4. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450127>

5. Минько, Э. В. Основы коммерции : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 512 с. — ISBN 978-5-238-01224-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

<http://www.iprbookshop.ru/71034.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

б) дополнительная литература:

1. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03928-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450548>

2. Дьякова, Т. М. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина : учебное пособие / Т. М. Дьякова. — Саратов : Вузовское образование, 2014. — 48 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/21549.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Захарова, Ю. А. Методы стимулирования сбыта : учебное пособие / Ю. А. Захарова ; под редакцией Е. Н. Киселевой. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 119 с. — ISBN 978-5-394-04000-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99367.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00208-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450159>

г) программное обеспечение

«Консультант – плюс», «Гарант» - в актуализируемом варианте.

Пакеты прикладных обучающих программ.

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

№ №	ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Описание ЭБС	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция элек-	http://www.urait.ru/ 100% доступ.

		тронных версий книг.	Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS	Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в нашем учебном заведении.	http://www.iprbookshop.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
4.	Электронная библиотека «Издательский дом «Гребенников»	ЭБ Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах и альманахах ИД «Гребенников»	https://grebennikon.ru
5.	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»		http://www.consultant.ru
6.	Справочно-правовая система «Гарант»		http://www.garant.ru

Ссылки на интернет – ресурсы:

<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.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Коммерческая деятельность»

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются следующие ресурсы:

1. для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного).

2. для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, для осуществления текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью;

3. помещения для самостоятельной работы студентов: читальный зал библиотеки МосГУ, аудитории №107, №514, №417, №225 (3 учебный корпус), аудитория №16 (1 учебный корпус), аудитория №311 (учебный корпус В), аудитория №35 (2 учебный корпус), укомплектованные специализированной мебелью и оснащенные компьютерной техникой с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В Университете созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. Имеются учебные аудитории, предназначенные для проведения всех видов учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

В качестве лицензионного программного обеспечения используется MS Office.

10. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет» от 30.05.2018 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.