**Дагестанский государственный институт народного хозяйства**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

**Ректор ДГИНХ**

**д.э.н., профессор Я.Г. Бучаев**

«\_\_21\_\_» \_\_марта\_\_2014 г

***Кафедра «Маркетинг и коммерция»***

**Рабочая программа по дисциплине**

«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

**Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»**

**Профиль подготовки – «Коммерция»**

**Квалификация (степень) выпускника - Бакалавр**

**Махачкала 2014**

**УДК 347.71(075)**

**ББК У9(2)42я**

***Составитель***: **Шахшаева Лиана Магомедовна**, преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГИНХ

***Внутренний рецензент***: Манташев Асадула Мугутдинович, кандидат экономических наук, профессор кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГИНХ

***Внешний рецензент:*** Труба Людмила Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ДГУ

 *Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденного утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 декабря 2009г., № 787.*

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» размещена на сайте [www.dginh.ru](http://www.dginh.ru)

Шахшаева Л.М. Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». – Махачкала: ДГИНХ, 2014г., 43 с.

|  |  |
| --- | --- |
| Рекомендовано к утверждениюи к изданию Учебно-методическимсоветом ДГИНХпроректор по учебной работе ДГИНХ,председатель Учебно-методического совета, доктор экономических наук,профессор Казаватова Н.Ю.«19» марта 2014 г. | Одобрено Советом факультета «Экономика и управление», Председатель Совета Цахаева Д.А. -экономического факультета«17» марта 2014 г. |
| Одобрено кафедрой «Маркетинг и коммерция»,протокол № 6 от 10 января зав. кафедрой Атаева А.У.«14» марта 2014г. |  |

Печатается по решению Учебно-методического совета Дагестанского государственного института народного хозяйства

**Содержание**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы…………..**4-5**

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы………………..**5-6**

3.Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся…………..**7**

4.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.**7-9**

5.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине………………………………………………………**9-10**

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине…………………………………………………....**10-22**

7.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины……………………………………………………………..**22-24**

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины……………..**24**

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы, а так же выполнение самостоятельной работы, в том числе курсовых работ (проектов))……………………………………...………………………………….**24-26**

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем…………………………**26-28**

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине……………………………………...**28-29**

12.Образовательные технологии…………………………………………...…….**30-46**

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В результате освоения учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» планируется получение студентом определенных знаний, умений и навыков.

*В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен*

***Знать:***

- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности;

- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;

- договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением;

- государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности;

***Уметь***:

- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение;

- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

***Владеть***:

- 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;

-осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников.

 *Результаты освоения образовательной программы* определяются приобретаемыми выпускником *компетенциями*, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

*Общие компетенции:*

способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9)

*Общепрофессиональные компетенции:*

способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией (ОПК-4);

готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5).

*Профессиональные компетенции:*

способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-1);

способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2);

готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);

способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Коммерческая деятельность относится к базовой части профессионального цикла (Б.3) ООП бакалавриата. Ее рекомендуется изучать в 3-4 семестрах.

Дисциплина Коммерческая деятельность базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического (Б.1), математического и естественнонаучного (Б.2) циклов: Экономическая теория, Математика, Информатика, Экология и Правовое регулирование профессиональной деятельности. Из дисциплин профессионального цикла (Б.3) Коммерческая деятельность имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами Статистика, Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия, Теоретические основы товароведения, Экономика организации и Менеджмент.

 Необходимым требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента 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;
* статистических методов оценки и прогнозирования коммерческой деятельности;
* нормативно-правовой базы стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;
* ассортиментных, квалиметрических, количественных характеристик товаров, классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторов обеспечения товароведных характеристик товара; товарной информации;
* субъектов и договоров в профессиональной деятельности;
* организационно-правовых форм юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

**Умение:**

* применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
* производить расчеты математических величин;
* осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными сетями ЭВМ;
* применять ресурсосберегающие технологии;
* применять статистические методы обработки данных;
* оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
* применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения.

**Владение:**

* методами экономической теории;
* методами математического анализа и моделирования, математического аппарата при решении проблем в области коммерции;
* средствами реализации информационных процессов и применения их при изучении коммерческой деятельности;
* экономическими методами регулирования природопользования;
* навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;
* опытом работы с действующими федеральными законами и нормативными документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности, заключения договоров и контролем их исполнения.

 Как предшествующее для освоения данной дисциплины необходимы следующие теоретические дисциплины: Экономика организации, Статистика, Бухгалтерский учет, Маркетинг, Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия, Теоретические основы товароведения, Логистика, а также учебная практика (Б.5. У).

**3.Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет ***216 часов***, в том числе:

лекционного типа - ***32 часа;***

семинарского типа - ***50 часов;***

самостоятельная работа обучающихся - ***62 часа.***

**4.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ п/п* | *Раздел дисциплины* | *Всего академических часов* | *В том числе:* | *Количество часов в интерактивной форме* | *Форма текущего контроля успеваемости.**Форма промежуточной аттестации* |
| ***Лекционного типа*** | ***Семинарского типа*** | ***На самостоятельную работу*** |
| 1 | Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле | 9 | 2 | 2 | 4 | 1 | Деловая играЗадача расчетного характера |
| 2 | [Субъекты коммерческой деятельности](#bookmark3) | 11 | 2 | 4 | 4 | 1 | Ситуационная задачаДеловая игра |
| 3 | Государственное регулирование коммерческой деятельности | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | Ситуационная задачаКейс-ситуации |
| 4 | [Коммерческие службы торговых организаций](#bookmark7) | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | Ситуационная задачаЗадача расчетного характера |
| 5 | Коммерческая информация и коммерческая тайна | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | Деловая играЗадача расчетного характера |
| 6 | [Средства товарной информации](#bookmark12) | 10 | 2 | 2 | 4 | 2 | Лабораторная работаТренинг |
| 7 | Реклама в коммерческой деятельности | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | ТренингЗадачи  |
| 8 | Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения | 10 | 2 | 2 | 4 | 2 | ТренингЗадачи расчетного характера |
| 9 | [Договоры в коммерческой деятель](#bookmark22)ности | 14 | 2 | 4 | 6 | 2 | КейсСитуационная задача |
| 10 | Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров | 16 | 4 | 4 | 6 | 2 | Задачи расчетного характераКейс |
| 11 | Коммерческая работа по оптовой продаже товаров | 12 | 2 | 4 | 6 | 2 | Кейс Задачи расчетного характера |
| 12 | Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | Лабораторная работаТренинг |
| 13 | Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле | 14 | 4 | 4 | 4 | 2 | Деловая играЗадача расчетного характера |
| 14 | Риски в коммерческой деятельности и ее эффективность | 12 | 2 | 4 | 4 | 2 | Деловая играСитуационная задача |
|  | Итого  | **168** | **32** | **50** | **62** | 26 | **Зачет в 3 семестре, экзамен в 4 семестре** |

**5.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | автор | Название учебно-методической литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | Выходные данные по стандарту | Количество экземпляров в библиотеке ДГИНХ |
| 1 | Шахшаева Л.М. | Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» (для студентов 2 курса очного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль «Коммерция») | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2011 | 50 |
| 2 | Шахшаева Л.М. | Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» (для студентов 2 курса заочного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль «Коммерция») | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2011 | 50 |
| 3 | Шахшаева Л.М. | УЧебное пособие по дисциплине «Коммерческая деятельность» (для студентов 2 курса заочного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль «Коммерция») | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2011 | 50 |
| 4 | Шахшаева Л.М. | Фонды оценочных средств студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» (для студентов 2 курса заочного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль «Коммерция») | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2011 | 50 |

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

 **Цель промежуточного контроля** состоит в установлении глубины и полноты знаний, умений и навыков (компетенций) студентов по окончании изучения учебной дисциплины.

 **Форма проведения –** промежуточный тестовый контроль знаний студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» проводится в период семестровых аттестаций в форме:

- зачета - в 3 семестре;

- экзамена - в 4 семестре.

**Перечень экзаменационных вопросов дисциплине**

Раздел 1. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий

* 1. Субъекты торговли: юридические лица (организации) и индивидуальные предприниматели.
	2. Основные единичные и групповые организационные формы торговых предприятий, их характеристика.
	3. Виды и типы предприятий розничной торговли.
	4. Типы и виды предприятий оптовой торговли.
	5. Организационно-экономические характеристики разных типов предприятий розничной торговли.
	6. Современные форматы предприятий розничной торговли.
	7. Определение местоположения магазина.
	8. Цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия.

9.Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.

10. Процесс управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

11. Структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

12.Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия.

13.Автоматизация торговли.

Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур

*2.1. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле*

1. Структура и составные части коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Планирование и организация коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
3. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
4. Стратегия и политика ценообразования товаров в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
5. Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
6. Исследование рынка закупок товаров: источников закупок и информации, анализ предложений поставщиков.
7. Исследование рынка сбыта товаров: спроса, емкости и конъюнктуры.
8. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
9. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров предприятием оптовой торговли.
10. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах и России.

11. Организация коммерческой работы предприятия оптовой торговли в сфере закупок.

12. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.

13. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.

14. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров на предприятии оптовой торговли с использованием инструментов маркетинга.

15. Продажа товаров со склада предприятия оптовой торговли: методы, организация и эффективность.

16. Отдел продажи предприятия оптовой торговли и его функции.

17. Организация доставки товаров от поставщиков на склады предприятий оптовой торговли.

18. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение
предприятием оптовой торговли.

19. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.

20. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия оптовой торговли.

21. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе оптового предприятия.

22. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.

23. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей предприятия оптовой торговли.

24. Затраты, связанные с коммерческим и производственными процессами предприятий оптовой торговли, критерии их оценки.

25. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

*2.2. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной торговле*

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.
3. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.
4. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.
5. Исследование и анализ товарного рынка как основа развития
коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
6. Конъюнктура на рынке потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельности предприятия розничной торговли.
7. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.
8. Розничные торговые сети: понятия, классификация, показатели структуризации, принципы размещения.
9. Этапы развития розничных торговых сетей, их стратегии выхода на региональные рынки.
10. Предпосылки и надежность хозяйственных связей предприятий розничной торговли с
поставщиками потребительских товаров.
11. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.
12. Формирование вертикальных и горизонтальных связей предприятий розничной торговли с субъектами потребительского рынка.
13. Создание организационной структуры магазина как эффективного инструмента управления его коммерческой работой: в несетевых магазинах разных типов и магазинах моно - и полиформатных сетевых структур.
14. Управление коммерческой работой в магазине. Контроль и безопасность. Комплексный подход к проблеме сокращения потерь.
15. Формирование ассортимента потребительских товаров на предприятии розничной торговли: понятие, факторы и этапы.
16. Управление ассортиментом товаров на предприятии розничной торговли.
17. Организация процесса закупок на предприятии розничной торговли.
18. Закупочная стратегия на предприятии розничной торговли. Политика в отношении торговой марки или брэнда.
19. Элементы товародвижения на предприятии розничной торговли, их издержки.
20. Источники и условия поступления товаров в торговые сети. Аутсорсинг в системе поставок.
21. Организация торгового процесса. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Ведение учета движения потребительских товаров.
22. Продажа товаров, ее понятие как розничной купли-продажи. Факторы, обуславливающие процесс продажи товаров. Формы продажи товаров: магазинные и внемагазинные.
23. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.
24. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень. Мониторинг услуг предприятий розничной торговли на товарном рынке.
25. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности
предприятий розничной торговли.

*2.3 Организация и управление коммерческой деятельностью в торгово-посреднических структурах*

1. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы РФ.
3. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах и в торговых домах.
4. Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках.
5. Техника и технология организации и управления коммерческой деятельностью на аукционах.
6. Торги как форма соревновательной торговли на рынке товаров (работ, услуг).

Раздел 3. Моделирование коммерческой деятельности торгового предприятия. Коммерческие инновации.

1.Модели построения и ведения коммерческой деятельности торговых предприятий.

2.Моделирование бизнес - процессов и организационных систем в торговой организации (на предприятии).

3.Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.

4.Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.

5.Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.

Раздел 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия

1.Анализ коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров.

2.Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.

3.Маркетинг как основа определения целей, формирования стратегий и тактики предприятия на рынке.

4.Оперативный бизнес-план как основной инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.

5.Бизнес-операция, ее ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков и диверсификации политики предприятия.

6.Структура и содержание бизнес-плана торгового предприятия, их особенности.

7.Система государственного регулирования и стимулирования развития торгового бизнеса.

Раздел 5. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность, основные элементы.
2. Цели, задачи, функции организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.
3. Банки - стимуляторы рыночных преобразований в России.
4. Характеристика рынка банковских услуг.
5. Организация коммерческой деятельности по безналичным счетам банка.
6. Коммерческие операции с ценными бумагами в банке.
7. Факультативные и облигаторные договоры и их характеристика.
8. Характеристика специфики коммерческой деятельности банка.
9. Разработка бизнес - плана в коммерческом банке.
10. Совершенствование банковского обслуживания и реклама.
11. Оценка и стратегия риска в банковской системе.
12. Роль маркетинга в коммерческой деятельности банка.
13. Цели, задачи, функции коммерческой деятельности в банке.
14. Организация факторинговых услуг в банке и их коммерческая сущность.
15. Оценка кредитоспособности клиента и ее влияние на коммерческую эффективность банка.
16. Разработка комплексной маркетинговой программы банка и связь с коммерческой деятельностью.
17. Оценка кредитоспособности заемщика при страховании банковских кредитов.
18. Методы участия банковского капитала в лизинговом бизнесе.
19. Организация коммерческой деятельности по кредитным услугам банка.
20. Факультативные и облигаторные договоры страхования и их характеристика.
21. Страхование кредитных рисков и его коммерческая сущность.
22. Роль страхования в коммерческой деятельности фирм.
23. Экономическое содержание страхования и его значение в коммерческой деятельности инфраструктур рынка.
24. Страхование экспортных рисков и его коммерческая сущность.
25. Страхование предпринимательских рисков.
26. Страхование валютных рисков и его коммерческая сущность.
27. Страхование ответственности и его роль в коммерческой деятельности фирм.
28. Экономическая категория страхования, его необходимость, функции и роль в коммерческой деятельности фирмы.
29. Государственное регулирование страховой деятельности в РФ.
30. Роль и место страховой деятельности как элемента инфраструктуры в рыночной экономике.
31. Страховые компании, их цели, функции. Основные направления страховой деятельности.
32. Лизинг: основные понятия, организационные формы, правовое регулирование.
33. Механизм лизинговой сделки. Этапы заключения лизинговых сделок.
34. Основные понятия лизинга: объекты и субъекты, классификация.
35. Правовое регулирование лизинга в РФ.

**Перечень контрольных вопросов дисциплине:**

* 1. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.
	2. Планирование и организация коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
	3. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
2. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
3. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
4. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров предприятием оптовой торговли.
5. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
6. Организация коммерческой работы на предприятии оптовой торговли в сфере закупок.
7. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.
8. Организационная структура коммерческой службы предприятия оптовой торговли, ее основные функции и задачи
9. Продажа товаров со склада предприятия оптовой торговли: методы, организация и эффективность.
10. Отдел продажи предприятия оптовой торговли , функции его персонала.
11. Организация доставки товаров от поставщиков на склады предприятий оптовой торговли.
12. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение предприятием оптовой торговли.
13. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.
14. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия оптовой торговли.
15. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе предприятия оптовой торговли.
16. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.
17. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей предприятия оптовой торговли.
18. Показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.
19. Затраты, связанные с коммерческими и производственными процессами предприятий оптовой торговли, критерии их оценки.
20. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
21. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
22. Опыт коммерческой деятельности в оптовой торговле России и зарубежных стран.

1. Бизнес-модель формата Cash&Carry в оптовой торговле.

2. Организация системы дистрибьюции на предприятии оптовой торговли.

3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы Российской Федерации.

4. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах: практический опыт.

5. Организация и управление коммерческой деятельностью в торговых домах: практический опыт.

6. Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках: практический опыт.

7. Организация и управление коммерческой деятельностью на ярмарках: практический опыт.

8. Техника и технология организации и управления коммерческой деятельность на аукционах: практический опыт.

9. Организация сервиса на предприятии оптовой торговли: практический опыт.

10. Подготовка торгового персонала для организации оптовых продаж товаров: практический опыт.

11. Торги как форма соревновательной торговли на рынке товаров: практический опыт.

12. Организация и развитие оптовой торговли на рынке продовольственных товаров.

13. Технология business – tu – business (B2B) в оптовой торговле товарами народного потребления: практический опыт.

14. Организация системы прямых продаж товаров предприятием оптовой торговли на потребительском рынке.

15. Организация и развитие оптовой торговли на рынке непродовольственных товаров.

**Задачи в экзаменационных билетах:**

1. Рассчитайте складские затраты на рубль стоимости товара, если предприятие оптовой торговли имеет оборот 10 000 тыс. руб. за год, средний запас товаров на складе 1000 тыс. руб., постоянные складские затраты – 1 000 000 тыс. руб. за год, переменные затраты – 5 руб. на рубль стоимости товара.

2. Рассчитайте складские затраты на рубль стоимости товара, если на предприятии оптовой торговли имеет товарооборот 20 000 тыс. руб. за год, средний запас товаров на складе 1000 тыс. руб., постоянные складские затраты – 1 000 000 тыс. руб. за год, переменные затраты – 5 руб. на рубль стоимости товара.

3 Рассчитайте складские затраты на рубль стоимости товара, если на предприятии оптовой торговли имеет товарооборот 30 000 тыс. руб. за год, средний запас товаров на складе 1000 тыс. руб., постоянные складские затраты – 1 000 000 тыс. руб. за год, переменные затраты – 5 руб. на рубль стоимости товара.

4. Рассчитайте складские затраты на рубль стоимости товара, если на предприятии оптовой торговли имеет товарооборот 40 000 тыс. руб. за год, средний запас товаров на складе 1000 тыс. руб., постоянные складские затраты – 1 000 000 тыс. руб. за год, переменные затраты – 5 руб. на рубль стоимости товара.

5. Рассчитайте затраты на оплату процентов за хранящиеся на складе товары, оплаченные с помощью кредита, на стоимость складских запасов, если заготовительная цена за единицу продукции равна 500 руб., годовая процентная ставка за кредит – 25 %, оборачиваемость складских запасов – 10 оборотов в год, средний складской запас за год – 1000 единиц продукции.

6. Рассчитайте затраты на оплату процентов за хранящиеся на складе товары, оплаченные с помощью кредита, на стоимость складских запасов, если заготовительная цена за единицу продукции равна 500 руб., годовая процентная ставка за кредит – 25 %, оборачиваемость складских запасов – 20 оборотов в год, средний складской запас за год – 1000 единиц продукции.

7. Рассчитайте затраты на оплату процентов за хранящиеся на складе товары, оплаченные с помощью кредита, на стоимость складских запасов, если заготовительная цена за единицу продукции равна 500 руб., годовая процентная ставка за кредит – 25 %, оборачиваемость складских запасов – 50 оборотов в год, средний складской запас за год – 1000 единиц продукции.

8. Распределите общие (накладные) затраты на предприятии за год, исходя из практики оптовой торговли:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды затрат | Основа распределения (показатели, счета) | Удельный вес, в процентах товарообороту |
| Транспорт |  | … |
| Электроэнергия |  | … |
| Зарплата |  | … |
| Ремонт |  | … |
| Амортизационные начисления |  | … |
| Проценты за кредит |  | .. |
| Всего |  | 50 |

9. Рассчитайте прибыль по группам товаров на предприятия оптовой торговли. Сделайте вывод о рентабельности их хранения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Быстрозамороженные продукты | Бакалейные товары |
| Ден. ед | % | Ден. ед. | % |
| Оборот | 20 000 | 100 | 10 000 | 100 |
| Стоимость товаров при закупке | 5000 | … | 5000 | … |
| Валовая прибыль | … | … | … | … |
| Общие затраты | 10 000 | … | 4000 | … |
| Прибыль по группе товаров | … | … | … | … |

10. Определите оптовую цену товара, если на предприятии оптовой торговли в прошедшем году были следующие показатели работы: товарооборот 20 млн. руб., стоимость товара при закупке – 5 млн. руб., затраты – 13 млн. руб., прибыль – 2 млн. руб., заготовительная цена – 500 руб. за единицу продукции. Показатели деятельности в текущем году планируются без изменений.

11. Определите оптовую цену товара, если на предприятии оптовой торговли в прошедшем году были следующие показатели работы: товарооборот 20 млн. руб., стоимость товара при закупке – 5 млн. руб., затраты – 13 млн. руб., прибыль – 2 млн. руб., заготовительная цена – 500 руб. за единицу продукции. Однако в текущем году поставлена цель затраты снизить до 10 млн. руб., прибыль увеличить в двое – до 4 млн. руб.

12. Определите оптовую цену товара, если на предприятии оптовой торговли в прошедшем году были следующие показатели работы: товарооборот 20 млн. руб., стоимость товара при закупке – 5 млн. руб., затраты – 13 млн. руб., прибыль – 2 млн. руб., заготовительная цена – 500 руб. за единицу продукции. Однако в текущем году поставлена цель - прибыль увеличить в два раза – до 4 млн. руб.

13. Определите результаты деятельности предприятия оптовой торговли по товарам в рублях за месяц:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Яблоки | Манго |
| Цена продажи за 1 кг | 50 | 150 |
| - закупочная цена | 10 | 50 |
| = сумма покрытия 1 | … | … |
| - производственные затраты | 15 | 30 |
| = сумма покрытия 2 | … | … |
| - затраты на оборудование | 10 | 10 |
| Сумма покрытия 3 = результат деятельности предприятия | … | … |
| Количество проданного товара | 500 | 120 |
| Результат деятельности по товару | … | … |

14. Определите результаты деятельности предприятия оптовой торговли по товарам в рублях за месяц:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Говядина охлажденная | Говядина мороженая  |
| Цена продажи за 1 кг | 200 | 150 |
| - закупочная цена | 70 | 40 |
| = сумма покрытия 1 | … | … |
| - производственные затраты | 50 | 30 |
| = сумма покрытия 2 | … | … |
| - затраты на оборудование | 10 | 20 |
| Сумма покрытия 3 = результат деятельности предприятия | … | … |
| Количество проданного товара | 300 | 200 |
| Результат деятельности по товару | … | … |

15. Определите результаты деятельности предприятия оптовой торговли по товарам в рублях за месяц:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Рыба мороженая  | Говядина мороженая  |
| Цена продажи за 1 кг | 120 | 150 |
| - закупочная цена | 30 | 40 |
| = сумма покрытия 1 | … | … |
| - производственные затраты | 30 | 30 |
| = сумма покрытия 2 | … | … |
| - затраты на оборудование | 20 | 20 |
| Сумма покрытия 3 = результат деятельности предприятия | … | … |
| Количество проданного товара | 100 | 150 |
| Результат деятельности по товару | … | … |

**Контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

*Выбор товаров и формирование торгового ассортимента в организации (конкретного вида или типа)*

**Исходная информация.**

Выбор товаров и формирование ассортимента товаров в организации необходимо осуществить на основании следующей информации:

* организационно-экономическая характеристика организации;
* объем, динамика, структура и скорость товарооборота организации (то за ряд лет);
* требования покупателей к товару и торговому ассортименту;
* количественная оценка ассортимента (ассортиментный перечень, широта и глубина ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента и др.).

**Общая задача:** разработать технологию формирования ассортимента товаров в организации.

 **Промежуточные задачи.**

1. Определить подходы к выбору товаров при их закупке.
2. Спрогнозировать ассортимент товаров в соответствии с уровнем покупательского спроса.
3. Определить оптимальное соотношение товарных групп (категорий) в ассортименте на будущий год.
4. Определить основной и сопутствующий ассортимент товаров.
5. Обосновать сущность основных показателей количественной оценки ассортимента товаров.
6. Обосновать группировку товаров по товарным отделам.
7. Провести планирование торговой площади магазина и размещение на ней торговых отделов в соответствии с ассортиментной политикой.
8. Спроектировать процесс управления ассортиментом товаров в магазине (товарном отделе).
9. Предложить методы и показатели контроля ассортимента товаров.

*Планирование и организация процесса закупки товаров в организации*

**Исходная информация.**

Планирование и организацию закупки товаров необходимо провести на основании следующей информации:

* наименование поставщиков и объемы поставок их товаров за ряд лет;
* предложения поставщиков;
* объемы поставки товаров в организацию по периодам;
* показатели отклонения поставок от условий договора;
* экономические показатели закупочной деятельности.

**Общая задача**: разработать систему управления закупочной деятельностью организации.

**Промежуточные задачи**.

1. Привести организационную структуру отдела закупок и его функции.
2. Определить содержание работ персонала по закупке товаров.
3. Выявить, какие факторы влияют на планирование закупок разных групп товаров?
4. Выбрать методы определения объемов закупок товаров для разных групп товаров.
5. Предложить системы закупки товаров.
6. Согласовать с поставщиками методы стимулирования сбыта товаров.
7. Разработать меры предотвращения риска при закупке товаров.
8. Сформировать заказы на закупку разных групп товаров
9. Предложить порядок контроля за поставками товаров в соответствии с условиями договора
10. Определить экономическую эффективность закупочной деятельности.

*Планирование и организация процесса продажи товаров в организации*

**Исходная информация.**

Планирование и организация процесса продажи товаров в организации следует выполнить на основании следующей информации:

* характеристика вида (типа) организации;
* конъюнктура рынка товаров за несколько лет;
* результаты оперативного анализа товарооборота (объем, динамика, структура, ритмичность товарооборота, поступление товаров, покупательский спрос) за несколько лет;
* технологические, социальные и экономические показатели методов продажи товаров.

**Общая задача:**  организовать процесс продажи товаров.

**Промежуточные задачи.**

1. Привести организационную структуру отдела продаж товаров и функции торгового персонала.
2. Спроектировать технологию продажи разных групп товаров в организации.
3. Осуществить выбор методов определения объемов продаж товаров с целью оптимизации объемов их закупок.
4. Составить план объема и структуры реализации товаров в организации на будущий год.
5. Разработать мероприятия по выполнению плана продажи товаров.
6. Предложить рациональные формы и методы продажи товаров.
7. Спроектировать процесс управления продажами товаров в организации.
8. Разработать систему управления товарными отделами (секциями, магазинами) с использованием инструментов мерчандайзинга.
9. Определить экономическую эффективность продажи товаров.
10. Обосновать целесообразность выбранной формы (метода) продажи товаров.

*Управление товарными запасами в организации*

**Исходная информация.**

Управление товарными запасами следует осуществить на основании следующей информации:

* темпы изменения состояния товарных запасов;
* планирование среднего запаса товара;
* расчет товарооборачиваемости;
* определение среднего срока хранения товаров;
* оценка эффективности использования товарных запасов.

**Общая задача:** разработать комплекс мероприятий по управлению товарными запасами.

**Промежуточные задачи.**

1. Представить модель процесса формирования товарных запасов в организации.
2. Разработать мероприятия по предотвращению товарных излишков и дефицита.
3. Осуществить планирование товарных запасов по разным видам продукции.
4. Провести учет и контроль товарных запасов.
5. Привести примеры ведения учетной документации для правильного планирования товарных запасов.
6. Спроектировать процесс управления товарными запасами в организации.
7. Предложить эффективные методы определения оптимального объема (норматива) товарных запасов.
8. Обосновать необходимость управления скоростью товарооборота, или товарооборачиваемостью, в организации.
9. Обеспечить комплексность и адаптивность товарных запасов на предприятии.
10. Приведите методику определения денежных средств для создания товарных запасов.
11. Провести анализ и оценку эффективности использования товарных запасов.
12. Обосновать разработанный комплекс мероприятий по управлению товарными запасами.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **автор** | **Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | **Выходные данные по стандарту** | **Количество экземпляров в библиотеке ДГИНХ** |
| **Основная учебная литература** |
| 1. | Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. | Коммерция и технология торговли: Учебник | Дашков и К, 2011 г. |  |
| 2. | Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д., Суходоева Л.Ф. | Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: учебное пособие | Юнити-Дана, 2012 г. |  |
| 3. |  Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. | Коммерческая деятельность: Учебник | Дашков и К, 2012 г. |  |
| **Дополнительная учебная литература** |
| 1 | Шахшаева Л.М. | Коммерческая деятельность: учебно-методическое пособие (конспект лекций для студентов 2 курса очного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль коммерция) | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2012 | 50 экз. |
|  | Шахшаева Л.М. | Организация, технология и проектирование предприятий: учебно-методическое пособие (конспект лекций для студентов 2 курса очного отделения, направление подготовки 38.03.06 торговое дело,профиль коммерция) | Махачкала: изд-во Дагестанского государственного института народного хозяйства,2012 | 50 экз. |
| 2 | Памбухчиянц О.В. | Технология розничной торговли | Учебник. М.: ИК «Дашков и Ко», 2013 г. | 2 экз |
| 3 | Половцева Ф.П.  | Коммерческая деятельность | Учебник под грифом УМО. М.: ИНФРА-М, 2012г.  | 2 экз |
| 4 | Пономарева З.М . | Деловые игры в коммерческой деятельности | М.: Дашков и К. 2012г. | 2 экз |
| 5 | Минько Э В, Минько А.Э. | Основы коммерции | Учебник под грифом УМО, 2013 г | 2 экз |
| 6 | Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. | Мерчадайзинг | Учебник под грифом УМО. М.: Кнорус, 2011г | 2 экз |
| **электронные издания из Книгофонда** |
| 1 | Джоббер Д., Ланкастер Дж. | Продажи и управление продажами: Учебное пособие | Юнити-Дана, 2012 г. | 300 экз |
| 2 | Балдин К.В., Воробьёв С.Н. | Управление рисками: Учебное пособие | Юнити-Дана, 2012 г. | 300 экз |
| 3 | Колпакиди Д.В. | Предпринимательская деятельность: учебное пособие | Издательство Иркутского государственного лингвистического университета, 2012 г. | 300 экз |
| 4 | Макашев М.О., Земляков Д.Н. | Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: Учебное пособие | Юнити-Дана, 2012 г. | 300 экз |
| 5 | Хохлова И.В. | Основы предпринимательства: Конспект лекций | Приор-издат, 2011 г. | 300 экз |
| ***Материалы аналитических интернет-сайтов*** |
|  | [http://www.znaytovar.ru](http://www.znaytovar.ru/) |  |  |  |
|  | http://[www.tks.ru](http://www.tks.ru)/ |  |  |  |
|  | <http://www.rospotrebnadzor.ru/> |  |  |  |
|  | <http://www.movp.ru/economic/fond/norm_dokument/pg1/620/> |  |  |  |
|  | <http://tovaroved.clan.su/publ/2> |  |  |  |

**8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины**

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. factoring. ru.

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы, а так же выполнение самостоятельной работы, в том числе курсовых работ (проектов))**

 Методика изучения дисциплины в общем виде исходит из следующих задач:

-овладение теоретическими знаниями в области основ коммерческой деятельности;

* освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
* изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
* овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
* овладение методами управления коммерческими процессами торговых предприятий;
* изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности.
* освоение основных методов определения качества и конкурентоспособности товаров;
* изучение свойств и показателей ассортимента товаров. Формирование и управление ассортиментом товаров;
* изучение основных потребительских характеристик продовольственных и непродовольственных товаров;

Методика изучения предмета строится на основе сочетания теоретического обучения с проведением практических занятий. Поэтому в содержательной части рабочей программы представлены теоретические вопросы, а также дан перечень практических заданий, позволяющих студентам приобрести умения оценки качества, изучения и анализа ассортимента товаров, диагностики дефектов. На практических занятиях студенты решают ситуационные задачи, участвуют в деловых играх, работают с раздаточным материалом.

В соответствии с учебным планом планируется проведение контрольных работ, тестового контроля и коллоквиума по темам.

 Практические занятия имеют своей целью: закрепить знания полученные во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам товароведения в оптовой и розничной торговле, торгово-посреднических структурах и субъектах инфраструктуры товарных рынков; сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности; осуществить контроль за качеством усвоения студентами учебной программы.

 При подготовке к практическому занятию следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых коммерческих задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах.

 Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы, составлению плана доклада, написанию его текста. Содержание доклада должно быть не более 5 - 7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете и экзамене).

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

*Перечень информационных технологий*, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине :

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (персональные компьютеры, проектор, интерактивная доска, видеокамеры, акустическая система и т.д.);

-методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов, компьютерный лабораторный практикум и т.д.);

-перечень Интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта, профессиональные, тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайнэнциклопедии и справочники; электронные учебные и учебно-методические материалы).

-перечень программного обеспечения (системы тестирования, профессиональные пакеты прикладных программ, программы-тренажеры, программы-симуляторы)

-перечень информационных справочных систем (ЭБС Книгафонд, «Университетская библиотека онлайн»)

Каждый обучающийся в течение практики обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам, содержащим издания основной литературы, перечисленные в рабочих программах дисциплин, практик, сформированным на основании прямых договорных отношений с правообладателями.

Библиотекой института существенно увеличен перечень подписных полнотекстовых информационных ресурсов в соответствии с тематикой образовательных программ. Сегодня обучающиеся ДГИНХ используют в учебном процессе следующие ЭБС:

-http://knigafund.ru/ Электронная библиотека «Книгафонд»

Библиотека содержит полные тексты статей учебную, учебно-методическую и научную литературу по маркетингу, коммерции, менеджменту, финансам, управлению персоналом и др. Материал собран в тематические коллекции. Очень удобный поисковый интерфейс. Доступ осуществляется по IP адресам института.

-http://elibrary.ru Научная электронная библиотека

Научная электронная библиотека elibrary.ru - это крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, экономики, управления и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 12 млн. научных статей и публикаций. На платформе elibrary.ru доступны электронные версии более 1900 российских научно-технических, экономических, гуманитарных журналов, в том числе более 900 журналов в открытом доступе. Электронная научная библиотека «e-library» это полно-текстовый доступ к научным журналам с глубиной архива 10 лет. Доступ осуществляется по IP адресам университета.

- http://biblioclub.ru/ «Университетская библиотека онлайн». База данных открывает доступ к полным текстам 68 центральных ежедневных и еженедельных изданий. Электронная полнотекстовая библиотека диссертаций и авторефератов по всем областям знаний, содержащая более 400000 документов. Ресурс особенно актуален для дипломников, аспирантов и докторантов института. Доступ организован с компьютеров читального зала библиотеки. Есть сервисная возможность копирования и цитирования источников.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах дисциплин, практик, размещенные на основе прямых договорных отношений с правообладателями.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ более 25% обучающихся по данному направлению подготовки.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам (состав определяется в рабочих программах дисциплин и ежегодно обновляется).

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных обеспечен удаленный доступ к использованию программного обеспечения, либо предоставлены все необходимые лицензии обучающимся.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Кроме того, библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин, практик, на 100 обучающихся.

Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин и ежегодно обновляется). Для обеспечения учебного процесса институт заключил договор с компанией Microsoft по программе "Microsoft Developer Network Academic Alliance" с целью закупки лицензионного программного обеспечения для обеспечения учебного процесса и управления ВУЗом в целом. В рамках данной программы вузу разрешено для скачивания и использования в учебном процессе более 100 наименований программных продуктов, среди которых, в частности:

* Microsoft Windows XP Professional SP3 Professional Russian Edition;
* Windows Server 2008;
* Visual Studio 2008 Team Suite;
* Visual Studio 2008 Team Foundation Server;
* SQL Server 2005;
* Office Project Professional 2007.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

При прохождении учебной практики могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

http://www.znaytovar.ru- О товароведении и экспертизе товаров;

http:// www. [adlife.ru](http://adlife.ru/) - Новости рекламы и маркетинга от рекламных агентств, типографий, дизайн-студий, PR-агентств Петербурга;

 <http://www.rospotrebnadzor.ru/-> Официальный сайт Роспотребнадзора;

[http://tovaroved.clan.su/publ/2- Главный](http://tovaroved.clan.su/publ/2-%20%D0%93%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B9) общественный сайт о товарах

http:// www. [adme.ru](http://www.adme.ru/) - Один из лучших сборников примеров рекламного креатива;

http:// www. [advertology.ru](http://advertology.ru/) - Подборка новостей и аналитических статей о рекламе, маркетинге и PR;

http:// www. [btlregion.ru](http://www.btlregion.ru/) - Площадка для освещения вопросов продвижения товаров и услуг в регионах России, форум, аналитические материалы;

http:// www. [rwr.ru](http://rwr.ru/) - Все о рекламе: события, аналитика, факты, интервью;

http:// www. [marketingpeople.ru](http://www.marketingpeople.ru/) - Сообщество Маркетологов России;

http:// www. [marketologi.ru](http://marketologi.ru/) - Гильдия Маркетологов;

http:// www. [oirom.ru](http://www.oirom.ru/) - Некоммерческое Партнерство «Объединение исследователей рынка и общественного мнения»;

http:// www. [ram.ru](http://www.ram.ru/) - Российская ассоциация маркетинга;

http:// www. [somar.ru](http://www.somar.ru/) - СОМАР — Союз Маркетологов России.

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

ДГИНХ располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся по дисциплине. Материально-техническая база всех факультетов и структурных образовательных подразделений ДГИНХ отвечает условиям ведения образовательной деятельности по специальностям в рамках лицензии и соответствует требованиям государственных образовательных стандартов. Имеется постоянная тенденция к росту качества материально-технической базы института.

Реализация основной образовательной программы обеспечивается доступом каждого студента к библиотечным фондам и базам данных, по содержанию соответствующих полному перечню дисциплин основной образовательной программы; наличием методических пособий и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий – практикумам, курсовому и дипломному проектированию, практикам, а также наглядными пособиями, аудио-, видео- и мультимедийными материалами. Основная образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин и вся учебно-методическая документация представлена в открытом доступе на сайте ДГИНХ.

 Материально-техническое обеспечение дисциплины включает лаборатории товароведения, оценки качества продуктов, стандартизации, метрологии и сертификации (367008, Россия, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Д. Атаева,5, корпус № 3, ауд. 1-3, 1-11, 2-1); информационных технологий; компьютерные классы, кабинет междисциплинарных курсов (367008, Россия, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Д. Акушинского, 20, ауд № 3-2) и фонд библиотеки. В каждом компьютерном классе установлены 20 компьютеров и один мультимедийный проектор. В специализированных кабинетах используют : аудио-видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран; специальную мебель. Оснащение лабораторий и кабинетов дано в Приложениях.

 Библиотечный фонд ДГИНХ укомплектован печатными изданиями из расчета более 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на 100 обучающихся. Формирование и обновление фонда библиотеки осуществляется в соответствии с приказом Минобразования России № 1246 от 27.04.2000 г. «Примерного положения о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения» и приказом Минобразования России № 1623 от 11.04.2001 г «Об Утверждении минимальных нормативов обеспеченности высших учебных заведений учебной базой в части, касающейся библиотечно-информационных ресурсов». Библиотечный фонд ДГИНХ обеспечивает студентов литературой по данной дисциплине в количестве 1,5 экземпляра на человека. Общий фонд включает учебники и учебные пособия, научную литературу, в которую входят: диссертации, монографии, авторефераты, вся справочная литература, энциклопедии - универсальные и отраслевые, электронные учебники. Фонд дополнительной литературы помимо учебной, включает официальные, справочно-библиграфические и периодические издания. Фонд периодики представлен отраслевыми изданиями, соответствующими профилю вуза. Фонд периодических изданий комплектуется массовыми центральными и местными общественно-политическими изданиями.

 При проведении выездных занятий по учебной практике на предприятии имеется все необходимое производственное, научно-исследовательское оборудование, измерительные и вычислительные комплексы, другое материально-техническое обеспечение, необходимое для полноценного прохождения.

**12.Образовательные технологии**

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При реализации программы дисциплины Коммерческая деятельность используются различные образовательные технологии. Во время аудиторных занятий лекции (32 часа) проводятся с использованием ПК и проектора, практические занятия (50 часов) – в виде группового обсуждения под руководством преподавателя проблем предметной области, также используются материалы печатные и в электронной форме; аудио, видеокассеты; аудио видео- лекции в электронной форме, электронные конференции, мастер-класс специалиста отрасли. На практических занятиях (50 часов) студентами приобретаются умения решения ситуационных задач в профессиональной области, применения деловых и ролевых игр. В преподавании курса «Коммерческая деятельность» можно выделить также следующие образовательные технологии:

 Выездные школы – это интенсивные формы коллективного обучения в режиме «погружения» в профессиональную среду. Студенты получают возможность упорядочить знания, развить практические навыки групповой работы, обменяться опытом и установить деловые связи.

Деловая игра – метод имитации (подражания, изображения) принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Деловые игры применяются в качестве средства активного обучения экономике, бизнесу, познания норм поведения, освоения принятии решения (см. ниже).

Доклад (презентация) – публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение определенной темы. Доклад может быть представлен различными участниками процесса обучения: преподавателем (лектором, координатором и т.д.), приглашенным экспертом, студентом, группой студентов. Докладчик готовит все необходимые материалы (текст доклада, слайды PowerPoint, иллюстрации и т.д.). При очном обучении докладчик знакомит студентов с материалами доклада в аудитории, в условиях Интернет размещает их на образовательных веб-сайтах.

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

Метод кейс-стади – обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций и задач. При данном методе обучения студент самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его.

Метод проектов – это комплексный метод обучения, результатом которого является создание продукта или явления. В основе учебных проектов лежат исследовательские методы обучения.

Моделирование – исследование объектов познания на их моделях; построение и изучение моделей реально существующих предметов/ явлений и конструируемых объектов для их определения либо улучшения их характеристик, рационализации способов их построения, управления ими и прогнозирования

Модульное обучение – это технология обучения, предполагающая жесткое структурирование учебной информации, содержания обучения и организацию работы студентов с полными, логически завершенными модулями. Формой контроля модуля является тест.

Тестирование – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора.

Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которой является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении.

 Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины, и в целом учебном процессе составляет не менее 20% практических занятий.

Некоторые примеры образовательных технологий, применяемых на занятиях:

**1.Деловые игры**

*«Организация торговли на оптовых ярмарках»*

Студенты разбиваются на 4 игровые группы.

1) производственные предприятия (текстильные, швейные, трикотажные и др.)

2) оптовые торговые предприятия-посредники;

3)ярмарочный комитет (выполняет организационную работу по подготовке и проведению ярмарки)

4) экспертная комиссия (назначается в том случае, если в рамках ярмарки проводится конкурс «Лучший отечественный товар) и др.)

У каждой группы свои функции:

1 – производственные предприятия – подготавливают образцы изделий;

- подготавливают рекламную информацию о фирме, выпускающей продукцию, рекламу по стимулированию сбыта продукции;

- оформляют стенд на ярмарке;

- консультируют клиентов;

- заключают договора.

2- торговые предприятия – уточняют ассортимент и объемы закупаемых товаров;

- подготавливают бланки договоров и спецификаций;

- анализируют полученную на ярмарке коммерческую информацию;

- заключают договора.

3 – ярмарочный комитет

- определяет дату начала и окончания работы ярмарки;

- выбирает место проведения ярмарки;

- подготавливает рекламную информацию для участников ярмарки, рассылает приглашения;

- отводит и оборудует рабочие места для участников ярмарки;

- решает спорные вопросы;

- обобщает итоги ярмарки.

4 – экспертная комиссия

- просматривает и оценивает подготовленные предприятиями образцы товаров;

 - дает предложения по совершенствованию ассортимента и качества выпускаемой продукции.

Цель игры – проверка, углубление и закрепление у студентов знаний по организации ярмарочной торговли, формирование у студентов практических навыков по оформлению необходимой документации при оптовых закупках товаров на ярмарке, ознакомление с функциями всех участников ярмарки (ярмарочного комитета, производственников, торговли). В ярмарочный комитет выбираются наиболее активные студенты для решения всех организационных вопросов. В конце занятия подводятся итоги деловой игры, отмечаются положительные и слабые стороны в работе всех игровых групп.

*«Аукцион»*

Из числа наиболее активных студентов избирается аукционный комитет из 6 человек: председатель, коммерсант, юрисконсульт, эксперт, аукционист и бухгалтер. Оставшаяся аудитория разбивается на 2 группы: продавцы, выставляющие свой товар на аукцион и покупатели-участники аукциона. Каждая группа выполняет свои функции. Аукцион проводится по трем возможным вариантам: с повышением цены, с понижением цены, «втемную». Разыгрываются разные ситуации: снятие с торгов товара, не набравшего резервную цену, удаление из зала покупателя, отказавшегося оплатить комиссионный процент и др.

Цель игры – проверка, углубление и закрепление у студентов знаний по организации аукционной торговли, формирование практических навыков по оформлению необходимой документации, а именно:

- предложение по выдвижению товара на аукцион (заполняет владелец товара)

- аукционное соглашение (подписывают владелец товара, а от имени аукциона директор, эксперт, аукционист, юрисконсульт)

- информационная карта (на каждый товар – заполняет коммерсант)

- договор об организации, условиях труда и оплате труда аукциониста

- аукционная ведомость (заполняет бухгалтер).

По окончании аукциона определяется доход от аукционной продажи как разница между окончательной и стартовой ценой товара (а также комиссионным процентом, если это оговорено в аукционном соглашении).

*«Маркетинговые исследования и анализ спроса»*

Студенты разбиваются на 4 группы, представляющие 4 крупные торговые организации. Каждая группа сама выбирает себе торговый профиль (хлебобулочные изделия, одежда, бытовая техника, парфюмерно-косметические товары или др.), придумывает название фирмы и торговый лозунг, а также выбирает руководителя, который будет представлять свою группу у доски. Студентам дается 15мин. на составление анкеты для покупателя, состоящей из 20 вопросов по выбранному товарному профилю. Вопросы должны составляться так, чтобы полученные ответы позволяли провести достаточно полный анализ спроса для формирования рациональной структуры ассортимента. Вопросы должны предполагать краткие однозначные ответы. В конце занятия преподаватель подводит итоги, анализирует слабые и сильные места всех команд и вместе со студентами определяет команду-победителя.

*«Конкурс на замещение вакантной должности начальника отдела рекламы»*

Из числа наиболее инициативных студентов выбираются 4 кандидата на должность. Каждый выбирает себе группу поддержки, совместно с которой в течение 10 мин. должен придумать (изобразить) рекламный слоган (образ) для рекламы бытовой техники (автомобилей и др.), а также предложить наиболее выгодное средство рекламы. Победителя определяет вся аудитория голосованием, либо заказчик рекламы (группа из 3 студентов).

**2.Тренинги**

Найдите для каждого определения соответствующее ему значение

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | хеджирование | а | Финансово-коммерческая услуга по приобретению у поставщика товара его требования к дебиторам, для дальнейшего взыскания их с покупателя, вознаграждаемое процентом от взысканной суммы и премией за риск |
| 2 | самострахование | б | Средство безналичной оплаты |
| 3 | факторинг | в | Термин, употребляемый в ГК РФ для обозначения того, что в мировой практике именуется франчайзингом |
| 4 | лизинг | г | Разновидность фьючерсной сделки, дающая право, но не обязанность на покупку или продажу товара в течение определенного времени |
| 5 | коммерческая концессия | д | Форма страхования от неблагоприятных изменений цен путем заключения фьючерсного контракта на бирже |
| 6 | опцион | е | Разъездной торговый агент оптовой базы, получающий комиссионные в зависимости от объема личных продаж |
| 7 | дискаунт | ж | Долгосрочная аренда основных производственных фондов, с сохранением права собственности за арендодателем и правом преимущественного выкупа арендодержателем |
| 8 | коммивояжер | з | Форма взаимовыгодного партнерство крупного и мелкого предпринимательства, основанная на предоставлении права использования фирменных средств (товарный знак, НОУ-ХАУ) за вознаграждение |
| 9 | вексель | и | Создание предприятием специального резервного фонда для возмещения случайных потерь |
| 10 | франчайзинг | к | Магазин низких цен преимущественно с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса, удлиненным или круглосуточным режимом работы, располагающийся обычно рядом с АЗС, магистралями, в зонах отдыха.  |

**3. Ситуационные задачи**

**Пример 1**

1. Проанализируйте основные показатели коммерческой деятельности организации за ряд лет. Дайте прогнозную оценку коммерческой деятельности организации с учетом основных показателей на будущий год? Данные в таблице 1 приведены в сопоставимых ценах.

2. Информация

Таблица 1.

Прогнозная оценка основных показателей коммерческой деятельности организации на 2011 год

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | Индекс показателя,2010 г. к 2009 г. | 2011 г.(прогноз) |
| 2009 г. | 2010 г. |
| Товарооборот, тыс. руб. | 113063 | 116440 |  |  |
| Валовой доход, тыс. руб.Уровень валового дохода, % | 45970… | 46576… |  |  |
| Сумма издержек обращения, тыс. руб.Уровень издержек обращения, % | 24442… | 26276… |  |  |
| Прибыль от реализации товаров, тыс. руб.Уровень прибыли от реализации, % | 19221… | 20300… |  |  |

3. Сделайте вывод о результатах прогнозирования коммерческой деятельности организации на будущий год. Каковы будут Ваши предложения по увеличению уровня товарооборота и прибыли от реализации товаров в этой организации.

4. По каким документам ведется учет этих показателей в коммерческой организации? Какие показатели влияют на увеличение или уменьшение объема реализации товаров? Сформулируйте Ваши предложения по увеличению объема продаж товаров?

**Пример 2**

1. Проанализируйте коммерческую стратегию организации (табл. 1) и риск (табл. 2) при сложившейся рыночной конъюнктуре.

2. Информация

Таблица 1.

 Анализ коммерческой стратегии организации при рыночной конъюнктуре в 2011 году

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Объем оптовых закупок | Размер прибыли в зависимости от вероятных колебаний спроса, ден. ед. | Ai = mingij | W | Βi =max gij |
| 3 000 | 6 000 | 9 000 | 12 000 |
| S1 = 6 000 | 1020 | 4200 | 4200 | 4200 |  |  |  |
| S2 = 9 000 | -60 | 3120 | 6300 | 6360 |  |  |  |
| S3 = 12 000 | -1140 | 2040 | 5220 | 8400 |  |  |  |
| Βi = max s | 1020 | 4200 | 6300 | 8400 |  |  |  |

Примечание: i - № строки; j - № графы.

## Таблица 2.

## Анализ риска при различных соотношениях вероятного спроса и стратегий оптовых закупок в организации в 2011 году

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 3 000 | 6 000 | 9 000 | 12 000 | Max ri | Sопт |
| S1 | 0 | 0 | 2100 | 4200 |  |  |
| S2 | 1080 | 1080 | 0 | 2100 |  |
| S3 | 2160 | 2160 | 1080 | 0 |  |

3. Определите максимальную прибыль (в ден. ед.) в зависимости от вероятных колебаний спроса и минимальный риск при оптовых закупках товаров.

**Пример 3**

1. Определите темпы изменения состояния товарных запасов (табл. 1, гр.3,4) мороженого на складе, рассчитайте средний товарный запас мороженого в днях по кварталам года по данным таблицы 2.
2. Информация

Таблица 1.

Темпы роста товарных запасов мороженого в организации в 2011 году, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Состояние запасов | Сумма товарных запасов, ден. ед | Темпы роста товарных запасов на базисной основе, % | Темпы роста товарных запасов на цепной основе, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| На1 января 2011 г | 65939 |  |  |
| На 1 апреля 2011 г. | 137834 |  |  |
| На 1 июля 2011 г. | 190860 |  |  |
| На 1 октября 2011 г. | 94630 |  |  |
| На 1 января 2013 г. | 221305 |  |  |

Таблица 2.

Расчет среднего товарного запаса мороженого в организации по кварталам года, в днях

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кварталы 2011 г. | Объем продаж, ден. ед. | Однодневный товарооборот за квартал, ден. ед. | Средний товарный запас в днях, З ср.i | Оборачиваемость товарных запасов( 90дней / З ср.i ) |
| I | 494368 |  |  |  |
| II | 10326449 |  |  |  |
| III | 944435 |  |  |  |
| I V | 941712 |  |  |  |

3. Сделайте вывод о состоянии планирования товарных запасов на предприятии.

**Пример 4**

1.В результате анализа переменных коммерческой сделки (табл. 1): цена товара и сроки его оплаты – определите эффективный вариант переговоров для ее заключения, предложив свой вариант оплаты цены товара, в случае , если продавец должен получить не менее 9,5 ден. ед. за товар в предельно короткие сроки.

2. Информация

Таблица 1.

 Предложение цены товара и сроков оплаты при заключении сделки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Стороны, участвующие в переговорах | Предложение цены товара, ден. ед. | Предложение сроков оплаты |
| **Первый вариант** |
| А - продавец | 10 | 50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет |
| В - покупатель | 9,5 | 50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет |
| **Второй вариант** |
| А - продавец | 10 | 50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет |
| В - покупатель | 9,5 | 35 % при заключении сделки и 65 % в течение четырех лет |
| **Третий вариант** |
| А - продавец | 9 | 100 % при заключении сделки |
| В - покупатель | 9 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| **Четвертый вариант** |
| А - продавец | 11 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| В - покупатель | 9 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| **Пятый вариант** |
| А - продавец | 10 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| В - покупатель | 9 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| **Шестой вариант** |
| А - продавец | 9 | 50 % при заключении сделки, невозвратный залог в 1 ден. ед наличными сегодня и остальные 4.5 ден. ед. в срок не более 10 дней  |
| В - покупатель | 9 | 20 % при заключении сделки и 80 %в течение трех лет |
| **Седьмой вариант** |
| А - продавец | 9,5 |  |
| В - покупатель |  |  |

3. Обоснуйте достоинства и недостатки каждого варианта предложения для заключения сделки и выберите эффективный вариант заключения сделки. В чем заключается отличие аванса от залога?

**Пример 5**

1.Определите уровень культуры обслуживания по мнению покупателей из данных таблицы 1. При этом следует учесть, что магазин с высоким уровнем обслуживания имеет величину обобщающего коэффициента от 0,901 и более, с удовлетворительным уровнем обслуживания – от 0,701 до 0,900, с низким уровнем обслуживания – от 0,700 и ниже.

Таблица 1.

 Определение уровня культуры обслуживания в организации

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Общее количество опрошенных покупателей, Мв | Количество покупателей, давших отличные и хорошие оценки, Мн | Коэффициент культуры обслуживания по мнению покупате-лей, Кмi = Мн/Мв | Значимость отдельных показателей в общем уровне культуры обслуживания, Зi | Коэффициент обслуживания покупателей по исследуемому показателю ( Кмi \* Зi ) |
| Устойчивость ассортимента товаров | 300 | 250 |  | 0,45 |  |
| Дополнительное обслуживаниепокупателей | 300 | 200 |  | 0,20 |  |
| Затраты времени на ожидание обслуживания | 300 | 220 |  | 0,35 |  |
| Культура обслуживания по мнению покупателей, определяемая по величине обобщающего коэффициента, равного ∑( Кмi \* Зi ) | 1,00 |  |

3. Каковы будут Ваши предложения по совершенствованию оценки уровня культуры обслуживания в организации?

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

*Темы рефератов по дисциплине*

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

2.Совершенствование организации коммерческой деятельности организаций в отрасли или сфере применения.

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 контроля деятельности торговых предприятий в современных условиях.

8. Инновационные подходы к разработке и реализации стратегии развития коммерческой деятельности организаций.

9.Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной розничной (или оптовой) торговле.

10.Повышение эффективности закупок и продаж товаров в торговых предприятиях на основе использования рыночных инструментов.

11.Экономические основы функционирования стратегических альянсов в торговле

12.Экономические показатели и критерии эффективности коммерческой деятельности предприятий в условиях интеграции (или кооперации).

13.Организационно-экономическое обеспечение стандартов по услугам покупателям 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 в отрасли или сфере применения.

17.Анализ 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. Методы анализа коммерческой информации и ее использование в деятельности организаций.

24. Роль инвестиций в развитии материально-технической оснащенности коммерческих организаций.

25. Организация и развитие современных форм и методов продажи (сбыта) товаров на рынке товаров.

*Темы курсовых работ по дисциплине*

1. Торговое предприятие как экономическая система управления.

2. Организация и развитие малых предприятий в торговле России.

3. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на потребительском рынке.

4. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на рынке товаров.

5. Исследование системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, функционирующего на рынке товаров.

6. Системы управления розничной торговлей товаров на основе компьютерных программ.

7. Системы управления оптовой торговлей на основе компьютерных программ.

8. Интеграция цепочек поставок на основе EDI.

9. Системы управления товародвижением в розничной торговле.

10. Системы управления товародвижением в оптовой торговле

11. Системы управления складом в оптовой торговле.

12. Системы управления цепочками поставок в оптовой торговле.

13. Системы управления цепочками поставок в сетевой розничной торговле.

 14. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

15. Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой торговли (различных типов и видов).

16. Организация современных форм оптовой торговли в России и за рубежом.

17. Организация и развитие оптовых торговых сетей в России.

18.Интеграция оптовой и розничной торговли в современных условиях.

19. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.

20. Маркетинг закупок и сбыта товаров на предприятии оптовой торговли.

21.Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли.

22.Системный подход к формированию коммерческих связей и организации распределения товаров в оптовой торговле.

23.Организация системы закупки и продажи товаров на предприятии оптовой торговли.

24.Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.

25.Автоматизация торговых и информационных процессов на предприятии оптовой торговли.

26. Разработка процесса формирования торгового ассортимента в оптовой торговле.

27.Рационализация товарных потоков в распределительном центре сетевой компании.

28.Организация продажи товаров со склада предприятия оптовой торговли.

29.Развитие сервиса в оптовой торговле России.

30.Мерчендайзинг в организации оптовой торговли

31.Управление товародвижением в оптовой торговле.

32.Системы финансового планирования и корпоративного бюджетирования коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

33.Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

34.Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

35.Обеспечение безопасности коммерческой деятельности на предприятии оптовой торговли.

36.Организация современных форм розничной торговли.

37.Организация и развитие розничных торговых сетей в России.

38.Исследование систем управления коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли.

39.Стратегия развития коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).

40.Организация и развитие франчайзинговых систем в розничной (оптовой) торговле.

41.Анализ и прогнозирование потребительского спроса на предприятии розничной торговли.

42.Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияния на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли.

43.Организация коммерческой деятельности предприятия розничной торговли с использованием маркетинга.

44.Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.

45.Развитие материально-технической базы розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.

46.Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.

47.Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность

48.Формирование оптимального торгового ассортимента на предприятии розничной торговли.

49.Управление товарными категориями в розничной торговле.

50.Организация закупки товаров и формирования коммерческих связей предприятий розничной торговли на потребительском рынке.

51.Организационно-экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.

52.Исследование систем закупочной деятельности предприятий розничной торговли товарами (продовольственными, непродовольственными).

53.Организация закупок и поставок товаров на предприятии розничной торговли.

54.Организация закупок и поставок товаров на основе автоматизации товародвижения.

55.Планирование и организация закупок на предприятии розничной торговли.

56.Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационной технологии.

57.Организация продажи товаров и обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли: формы, методы и эффективность

58. Мониторинг торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли конкретными группами товаров.

59.Разработка стандарта обслуживания покупателей на предприятии розничной торговли.

60.Исследование системы торгового обслуживания на предприятии розничной торговли.

61.Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.

62. Организация и развитие интернет-магазинов в розничной торговле.

63.Организация розничной торговли товарами (конкретная группа продовольственных или непродовольственных товаров) на основе принципов мерчендайзинга.

64.Организация торгового процесса отдела (бакалейных товаров, вина и спиртных напитков, молочных продуктов и т.д.) магазина на основе принципов мерчендайзинга.

65. Управление коммерческой деятельностью на товарной бирже.

67.Организация коммерческой деятельности брокера в биржевой торговле товаром.

68.Организация и развитие биржевой торговли товаром в современных условиях.

69. Организация выставочно-ярмарочной деятельности на рынке товара.

70. Организация деятельности универсальной (специализированной) торгово-промышленной выставки.

71.Регулирование деятельности выставок и ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне управления.

72.Организация деятельности универсальных (специализированных) ярмарок на муниципальном (федеральном) уровне управления.

73.Организация и управление коммерческой деятельностью на аукционе.

74.Организация современных форм аукционной торговли товарами

75.Организация проведения торгов на муниципальном (федеральном) уровне управления.

76.Организация представления тендера (предложения) предприятием оптовой торговли (поставщиком товара) для участия в торгах.

77.Организация и управление коммерческой деятельностью на оптовом товарном рынке.

78.Организация и управление коммерческой деятельностью дистрибьютора.

79. Организация и управление коммерческой деятельностью дилера.

80.Организация и управление коммерческой деятельностью агента.

81.Организация и управление коммерческой деятельностью комиссионера (консигнатораа).

**Задания для самостоятельной работы студентов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№№ п/п** | **Наименование тем и разделов** | **Виды и содержание самостоятельной работы** |
| **1.**  | **Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий** |
|  | Тема 1. Торговые организации (предприятия) |  1. Составление классификации предприятий оптовой и розничной торговли [ ГОСТ Р51773-2001, 5, 20, 29].2. Написание доклада «Организационно-экономическая характеристика современных форматов розничной торговли: супермаркетов, гипермаркетов, дискаунтеров». |
| Тема 2. Организация коммерческих служб, управление коммерческой деятельностью торговых предприятий | 1. Составление схем организационной структуры коммерческих служб предприятий оптовой и розничной торговли.2. Написание доклада «Методы исследования систем управления коммерческой деятельностью (на примере торговых сетей и современных форматов магазинов)» |
| Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности | 1. Составление схем информационных систем управления торговыми сетями и магазинами разных форматов и типов.2. Написание доклада «Информационные технологии в торговле (на примере торговых сетей и современных форматов магазинов)».  |
| **2.**  | **Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур** |
| ***2.1*** | *2.1. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле* |
|  | Тема 4. Особенности коммерческой деятельностью в оптовой торговле | 1. Составление таблиц по экономическим показателям развития оптовой торговли 2. Написание доклада «Новая роль оптовой торговли в экономике России: значение в распределении общественного продукта, структуризация объектов и тенденции развития» |
| Тема 5. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле  | 1. Составление организационной структуры предприятия оптовой торговли разных типов и видов.2. Составление организационной структуры склада.3. Подготовка доклада «Системы управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле (на примере разных типов и видов оптовых предприятий)».  |
| Тема 6. Исследование рынков закупок и сбыта товаров | 1. Составление схем исследования рынков закупок и сбыта товаров.2. Написание доклада «Маркетинг оптовых закупок и продаж товаров (на примере конкретных оптовых предприятий)». |
| Тема 7. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие | 1. Разработка схемы товарно-ассортиментной политики конкретного предприятия оптовой торговли [4, 9]. 2. Составление доклада «Оптимизация товарного ассортимента на предприятии оптовой торговли (на примере разных групп потребительских товаров)». |
| Тема 8. Коммерческие связи в оптовой торговле | 1. Составление таблицы по классификации коммерческих связей в оптовой торговле.2. Написание доклада «Интеграционные процессы в оптовой торговле (на примере конкретных товарных рынков)». |
| Тема 9. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров | 1. Составление схем управления закупками и продажами товаров на предприятиях оптовой торговли разных видов и типов.2. Написание доклада «Системы управления оптовыми закупками и продажами конкретных потребительских товаров». |
| Тема 10. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле | 1. Составление схем форм и технологий товародвижения в оптовой торговле 2. Составление таблиц по издержкам обращения в процессе товародвижения на предприятиях оптовой торговли, функционирующих на разных товарных рынках |
| Тема 11. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности в оптовой торговле | 1. Написание доклада «Финансовое планирование и бюджетирование коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли (на примере конкретных предприятий, функционирующих на товарных рынках)» |
| Тема 12. Ценообразование в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли | 1. Написание доклада «Ценовая политика в оптовой торговле (на примере конкретных предприятий, функционирующих на товарных рынках)» |
| Тема 13. Организация работ по обеспечению безопасности предприятия оптовой торговли | 1. Составление плана мероприятий по обеспечению безопасности коммерческой деятельности предприятия2. Написание доклада «Системы обеспечения безопасности предприятия оптовой торговли: практический опыт в России и за рубежом»  |
| Тема 14. Оценка и результаты коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли | 1. Составление системы показателей, характеризующей затраты и эффективность деятельности предприятия оптовой торговли  |
| ***2.2*** | *2.2. Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле* |
|  | Тема 15. Особенности коммерческой работы на предприятии розничной торговли | 1. Изучение стратегии развития розничной торговли России (региона)  |
| Тема 16. Исследование рынка потребительских товаров | 1. Составление таблицы показателей, характеризующих потенциал потребительского рынка России и регионов2. Написание доклада «Прогноз развития российского (регионального) потребительского рынка» |
| Тема 17. Организация розничной торговой сети | 1. Составление классификации розничных торговых сетей России 2. Написание доклада «Развитие розничных торговых сетей на российском (региональном) потребительском рынке: продовольственном и непродовольственном»  |
| Тема 18. Коммерческие связи предприятий розничной торговли при рыночных отношениях | 1. Составление схемы заключения и исполнения договора (поставки, дистрибуции, розничной купли-продажи) на предприятии розничной торговли [ ГК РФ, часть первая, вторая].  |
| Тема 19. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли | 1. Составление схемы организационной структуры управления коммерческой деятельностью в магазинах разных типов и форматов 2. Написание доклада «Управление коммерческой деятельностью предприятий розничной торговли: практический опыт в России и за рубежом» [torgrus.ru]. |
| Тема 20. Структура и функции коммерческой деятельности на предприятии розничной торговли | 1. Составление схемы структуры коммерческой деятельности и магазинов разных типов и форматов 2. Написание доклада «Структуризация коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли: практический опыт в России и за рубежом»  |
| Тема 21. Эффективность коммерческой деятельности предприятия розничной торговли | 1. Составление таблицы экономических показателей и оценки эффективности деятельности магазинов разных количественных параметров [rbc.ru].2. Написание доклада «Эффективность коммерческой деятельности разных видов и форматов предприятий розничной торговли»  |
| ***2.3*** | *2.3 Организация и управление коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах* |
|  | Тема 22. Организация и управление торгово-посреднической деятельностью на рынке товаров | 1. Составление классификации торгово-посреднических фирм, функционирующих на российском рынке2. Написание доклада «Современные формы торгово-посреднической деятельности в сфере товарного обращения: практический опыт в России и за рубежом» [businesspress.ru]. |
|  | Тема 23. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах | 1. Составление классификации организаторов оптового оборота, функционирующих на российском рынке.2. Написание доклада «Роль организаторов оптового оборота в высокоразвитой рыночной экономике: практический опыт в России и за рубежом» [torgruss.ru]. |

Практические занятия имеют своей целью: закрепить знания полученные во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле, торгово-посреднических структурах и субъектах инфраструктуры товарных рынков; сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности; осуществить контроль за качеством усвоения студентами учебной программы.

При подготовке к практическому занятию следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых коммерческих задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах.

Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы, составлению плана доклада, написанию его текста. Содержание доклада должно быть не более 5 - 7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете и экзамене).

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

Приложение 1

**Учебная испытательная лаборатория стандартизации, метрологии и сертификации**

**факультета «Экономика и управление»**

*( для проведения стационарных занятий)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***№№******п/п*** | ***Наименование, модель, тип и т.д.*** | ***Предназначение, краткое описание (технические характеристики)*** |
|  | **Психрометр электрический М-34М** – 1 шт. | предназначен для определения относительной влажности и температуры воздуха в наземных условиях в помещениях и на открытом воздухе. |
|  | Весы торговые электронные ВСП-30/5-3Тп – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | Весы лабораторные электронные серии ВСЛ – 1 шт.  | предназначены для статических измерений массы различных веществ и материалов.  |
|  | Платформенные весы | HV/HW-G серия 1 шт. | предназначены для взвешивания в статике массы груза с тарой и без тары (тележек, ящиков и т.д.) |
|  | Весы общего назначения Серия SK - классическая фасовочная модель | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | Колбы конические мерные (100-250 мл); по 2-3 пипетки, мерные цилиндры (25; 50 мл) | применяется для фильтрования, выпаривания, перегонки, дистилляции и синтеза в лабораторных условиях. |
|  | Микрометр типа МК – 1 шт. | [средство для измерения](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9) наружных линейных размеров. |
|  | Инструментальный микроскоп ИМЦ 150Х50А – 2 шт. | предназначен для измерения линейных и угловых размеров в проходящем и отраженном свете в прямоугольной или полярной системах координат, в частности: резь. |
|  | Весы для измерения калорийности продуктов – 1 шт. | прибор для измерения калорийности продуктов |
|  | Набор термометров для пищевых продуктов – 1 комплект | для определения температуры пищевых продуктов. |
|  | **Дозиметр-радиометр МКС-05 «ТЕРРА» - 1 шт.** | прибор для решения задач контроля радиационной обстановки, определения радиоактивного загрязнения объектов и дозовой нагрузки на пользователя.  |

Приложение 2

**Учебная испытательная лаборатория оценки качества продуктов**

**факультета «Экономика и управление»**

*( для проведения стационарных занятий)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№п/п | Наименование, модель, тип и т.д. | Предназначение, краткое описание (технические характеристики) |
|  | Весы торговые электронные ВСП-30/5-3Тп – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | Весы лабораторные электронные серии ВСЛ – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | [Сушильный шкаф (18л, 50-250°С)](http://www.termo-lab.ru/catalog/sushilnye-shkafy/shsl-18250/) [ШСЛ-18/250](http://www.termo-lab.ru/catalog/sushilnye-shkafy/shsl-18250/) – 1 шт. | предназначен для любых видов тепловой обработки материалов, образцов, продуктов |
|  | Анализатор молока (Клевер 2) – 1 шт. | предназначен для экспресс-измерения в пробе молока массового содержания жира, СОМО, белка, а также плотности, температуры и определения количества добавленной воды.  |
|  | Бинокулярный микроскоп – 2 шт. | предназначен для наблюдения и морфологических исследований препаратов в проходящем свете по методу светлого поля, а также по методу темного поля, фазового контраста и в поляризованном свете в комплекте с соответствующими устройствами, поставляемыми по дополнительному заказу.  |
|  | Лупы асферические ЛПИ-463-3,5х и ЛПИ-464-7х | предназначены для чтения, рассматривания карт, мелких рисунков, шкал, схем; компактно складываются вместе с футляром, надежно защищающим оптику. |
|  | Фотометр малогабаритный КФК-5М – 1 шт.  | оптический аналитический прибор для количественного определения химического состава различных образцов.  |
|  | Колбы конические мерные (100-250 мл); по 2-3 пипетки, мерные цилиндры (25; 50 мл). | применяется для фильтрования, выпаривания, перегонки, дистилляции и синтеза в лабораторных условиях. |
|  | Набор ареометров АОН-1 – 1 шт. | прибор для измерения [плотности](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) жидкостей, принцип работы которого основан на [Законе Архимеда](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%85%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2_%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD) |
|  | Литровая пурка – 1 шт. | для определения натурного веса пищевых продуктов |
|  | Набор дегустационной посуды – 1 комплект. | специальная стеклянная или хрустальная посуда, предназначенная для [дегустации](http://eniw.ru/degustaciya.htm) |
|  | Набор ножей, разделочных досок – 1 комплект | предназначены для нарезки и разделки образцов продукции |
|  | Муляжи продаваемой продукции – по 1 шт. | наглядные образцы продукции |
|  | Пенетрометр (для определения плотности жидких продуктов)- 1 шт. | предназначен для измерения проницаемости вязких тел, установления степени мягкости битуминозных веществ, малярных красок, жиров, мазей, пластических масс, замазок. |
|  | Нитратомер – 1 шт. | для определения нитратов в пищевых продуктах |
|  | Холодильник бытовой ([LG GC-051SS](http://www.holodilnik05.ru/index.php?productID=798) ) – 1 шт. | для хранения пищевых продуктов |
|  | Печь электрическая (настольная, двухкамфорная) – 1 шт. | для термической обработки продуктов |
|  | Мензурки, чашки, фильтровальная бумага. | посуда для лабораторных работ |
|  | pHметр – 1 шт. | для определения кислотности продуктов |
|  | Люминоскоп - 1 шт. | для определения фальсификации пищевых продуктов |

Приложение 3

**Учебно-научная лаборатория технического оснащения торговых организаций и охраны труда**

**факультета «Экономика и управление»**

*( для проведения стационарных занятий)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***№№******п/п*** | ***Наименование, модель, тип и т.д.*** | ***Предназначение, краткое описание (технические характеристики)*** |
|  | Весы торговые электронные ВСП-30/5-3Тп – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | Стеллаж торговый пристенный -2 шт | предназначен для выкладки товаров в торговом зале |
|  | Стеллаж торговый островной  | предназначен для выкладки товаров в торговом зале |
|  | Пристенный стеллаж для фруктов и овощей | предназначен для выкладки фруктов и овощей в торговом зале |
|  | Пристенный стеллаж для хлеба и хлебобулочных изделий | предназначен для выкладки хлеба и хлебобулочных изделий в торговом зале |
|  | Муляжи продаваемой продукции – по 1 шт. | наглядные образцы продукции |

Приложение 4

**Учебная испытательная лаборатория товароведения и экспертизы**

**факультета «Экономика и управление»**

*( для проведения стационарных занятий)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№п/п | Наименование, модель, тип и т.д. | Предназначение, краткое описание (технические характеристики) |
|  | Весы торговые электронные ВСП-30/5-3Тп – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | Весы лабораторные электронные серии ВСЛ – 1 шт.  | предназначены для взвешивания, фасовки и определения стоимости товара на предприятиях торговли и общественного питания. |
|  | [Сушильный шкаф (18л, 50-250°С)](http://www.termo-lab.ru/catalog/sushilnye-shkafy/shsl-18250/) [ШСЛ-18/250](http://www.termo-lab.ru/catalog/sushilnye-shkafy/shsl-18250/) – 1 шт. | предназначен для любых видов тепловой обработки материалов, образцов, продуктов |
|  | Анализатор молока (Клевер 2) – 1 шт. | предназначен для экспресс-измерения в пробе молока массового содержания жира, СОМО, белка, а также плотности, температуры и определения количества добавленной воды.  |
|  | Бинокулярный микроскоп – 2 шт. | предназначен для наблюдения и морфологических исследований препаратов в проходящем свете по методу светлого поля, а также по методу темного поля, фазового контраста и в поляризованном свете в комплекте с соответствующими устройствами, поставляемыми по дополнительному заказу.  |
|  | Лупы асферические ЛПИ-463-3,5х и ЛПИ-464-7х | предназначены для чтения, рассматривания карт, мелких рисунков, шкал, схем. Компактно складываются вместе с футляром, надежно защищающим оптику. |
|  | Фотометр малогабаритный КФК-5М – 1 шт.  | оптический аналитический прибор для количественного определения химического состава различных образцов.  |
|  | Колбы конические мерные (100-250 мл); по 2-3 пипетки, мерные цилиндры (25; 50 мл). | применяется для фильтрования, выпаривания, перегонки, дистилляции и синтеза в лабораторных условиях. |
|  | Набор ареометров АОН-1 – 1 шт. | прибор для измерения [плотности](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) жидкостей, принцип работы которого основан на [Законе Архимеда](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%85%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2_%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD) |
|  | Литровая пурка – 1 шт. | для определения натурного веса пищевых продуктов |
|  | Набор дегустационной посуды – 1 комплект. | специальная стеклянная или хрустальная посуда, предназначенная для [дегустации](http://eniw.ru/degustaciya.htm) |
|  | Набор ножей, разделочных досок – 1 комплект. | предназначены для нарезки и разделки образцов продукции |
|  | Муляжи продаваемой продукции – по 1 шт. | наглядные образцы продукции |
|  | Пенетрометр (для определения плотности жидких продуктов)- 1 шт. | предназначен для измерения проницаемости вязких тел, установления степени мягкости битуминозных веществ, малярных красок, жиров, мазей, пластических масс, замазок. |
|  | Нитратомер – 1 шт. | для определения нитратов в пищевых продуктах |
|  | Холодильник бытовой ([LG GC-051SS](http://www.holodilnik05.ru/index.php?productID=798) ) – 1 шт. | для хранения пищевых продуктов |
|  | Печь электрическая (настольная, двухкамфорная) – 1 шт. | для термической обработки продуктов |
|  | Мензурки, чашки, фильтровальная бумага. | посуда для лабораторных работ |
|  | pHметр – 1 шт. | для определения кислотности |
|  | Люминоскоп - 1 шт. | для определения фальсификации пищевых продуктов |

Приложение 5

**Техническое оснащение кабинетов**

**факультета «Экономика и управление»**

*( для проведения стационарных занятий)*

|  |  |
| --- | --- |
| Аудитория | Конфигурация |
| Ауд.2.1. | Весы торговые электронные ВСП-30/5-3Тп , стеллаж торговый островной , пристенный стеллаж для фруктов и овощей, пристенный стеллаж для хлеба и хлебобулочных изделий, муляжи продаваемой продукции, люстра, 8 столов, 16 стульев, доска ученическая, баннеры по коммерческой деятельности |