

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ

Рабочая программа дисциплины

по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

Профиль подготовки

Социокультурный сервис

тип ОПОП прикладной бакалавриат

Рабочая программа дисциплины «Организация сервисного обслуживания покупателей в торгово-развлекательных центрах» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль подготовки «Социокультурный сервис» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367)

Составитель: Соломонова Л.В., старший преподаватель кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин

Утверждена на заседании кафедры дизайна и сервиса от 14.04.2011 года, протокол № 8.

Редакция 2015 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от 24.06.2015 года, протокол № 9

Редакция 2016 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных и искусствоведческих дисциплин от «07» июня 2016 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой _____



Шумейко М.В.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Организация сервисного обслуживания покупателей в торгово-развлекательных центрах» является формирование представления о торговле как отрасли национальной экономики, объединяющей совокупность предприятий и организаций, характеризующихся единством экономического назначения хозяйственной деятельности, направленной на доведение до потребителей материальных благ. Розничная торговля играет большую роль в нашем постоянно меняющемся обществе. Кроме того, данная сфера – один из основных источников занятости населения. Современная розничная торговля во все большей степени выражает потребительское общественное сознание. Распространение по всему миру определенных розничных форматов способствует сближению культур различных стран мира. Дисциплина «Организация сервисного обслуживания покупателей в торгово-развлекательных центрах» дает обзор различных аспектов розничной торговли, включая логистику и распределение, продажи, планировку и дизайн магазина, ценообразование и стратегию выбора местоположения торгового предприятия. Также рассматриваются новые области розничной торговли, включая управление сервисным ритейлом и внемагазинной торговлей.

Задачи дисциплины:

- приобретение знаний о системе и формах современной розничной торговли;
- выработка системного подхода к анализу направлений развития современной розничной торговли;
- формирование представления о российской специфике розничной торговли.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 - Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Знания/Умения/Владение	
43.03.01 Сервис (Б-СС)	ОК -3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения межличностных и межкультурного взаимодействия	Знания	грамматики, лексики, историю и культуру страны изучаемого языка, правила речевого этикета
			Умения	использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности
			Владение	навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; Основами деловых коммуникаций и речевого этикета, изучаемого иностранного языка; Лексическим минимумом общего и терминологического характера

	ПК-11	готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	Знания	– условия, отражающие интенсивность конкуренции в торговле; – методику оценки: а) экономического потенциала торговли; б) рыночной конъюнктуры; в) торговой конъюнктуры
			Умения	– создать правильный формат в дизайне и планировке магазина; – руководить розничными услугами (сервисом).
			Владение	готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса

3 Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Программа дисциплины «Организация сервисного обслуживания покупателей в торговле-развлекательных центрах» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.03.01 «Сервис».

Изучение основ данной дисциплины и получаемые при этом знания дополняются и углубляются при изучении студентами других учебных курсов в рамках основной образовательной программы подготовки бакалавра по направлению «Сервис»: Сервисная деятельность, Менеджмент в сервисе, Психология делового общения и др.

4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 - Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет:

Сокращенное название ОПОП	Форма обучения	Индекс	Семестр	Трудоемкость		Аттестация
				(З.Е.)	часов (всего/лек./практи/СРС)	
Б-СС	ОФО	Б.1.ДВ.Д.02	6	2	72/34/34/3	А1, А2, ЛЗ, СЗ, СРС, ИЗ, З

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

№	Темы дисциплины	Вид занятий	Объем час	СРС
	1. Общее понятие «торговый центр»	Лекция	4	
		Практика	4	

2. Торговые зоны торгово-развлекательного центра	Лекция	4	1
	Практика	4	
3. Классификация торговых центров	Лекция	4	
	Практика	4	
4. Этапы и принципы построения торгового центра	Лекция	4	
	Практика	4	
5. Проектирование ТРЦ	Лекция	4	1
	Практика	4	
6. Комплексное обслуживание в ТРЦ	Лекция	4	
	Практика	4	
7. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	Лекция	4	1
	Практика	4	
8. Управленческие решения по активизации продвижения товаров в ТРЦ	Лекция	4	
	Практика	4	
9. Новые форматы ТРЦ и их составляющие	Лекция	2	
	Практика	2	

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Темы лекций

1. Общее понятие «торговый центр» Уровни и процесс стратегического планирования в розничной торговле, постановка корпоративных целей. Оценка альтернативных стратегий розничной торговли.

2. Торговые зоны торгово-развлекательного центра (ТРЦ) Стратегия продаж. Основные стадии процесса продажи и их влияние на эффективность деятельности розничных торговых организаций. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях. Методология определения эффективности применения методов продаж.

3. Классификация торговых центров Модели организаций как объектов управления. Их роль и место в торговом обслуживании населения. Роль компаний в развитии ритейлов. Классификация розничной торговой сети. Видовое и типовое разнообразие организаций розничной торговли в РФ и за рубежом; их основные признаки. Критерии оптимального выбора формата розничной организации.

4. Этапы и принципы построения торгового центра Реализация стратегий розничной торговли. Управление торговой единицей и ее составляющие. Значение управления цепочками поставок в деятельности организации. Информационные системы управления в розничной торговле.

5. Проектирование ТРЦ Процесс принятия решения о расположении организации розничной торговли. Принципы размещения розничной торговой сети с учетом форматов торговых организаций. Факторы, определяющие выбор места размещения торговой организации в зависимости от ее формата. Формирование розничной торговой сети в различных зонах города: административно-деловом, жилом, промышленно-складском и прочих. Взаимосвязь формата розничной торговой организации с дислокацией городской застройки. Методы оценки местоположения магазинов. Оценка потребностей городской сети в торговой площади (общей и прироста). Оптимальные управленческие решения при регулировании размещения розничной торговой сети.

6. Комплексное обслуживание в ТРЦ Цели и содержание торгово-технологических процессов в розничных организациях. Структура и последовательность операций торгово-

технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров. Планировочные решения в розничных организациях. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса.

7. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации. Оптимальный выбор ассортимента услуг с учетом формата розничной торговой организации. Элементы и оценка качества торгового обслуживания и методы их расчета. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.

8. Управленческие решения по активизации продвижения товаров в ТРЦ. Цели стимулирования продаж. Методы стимулирования покупателей, труда персонала розничной торговой организации. Мерчендайзинг – как способ увеличения продаж. Использование POS – рекламных материалов в местах продажи. Корпоративный стиль и имидж организации как факторы активизации продвижения товаров. Оценка эффективности использования методов стимулирования покупателей.

9. Новые форматы ТРЦ и их составляющие. Цели ассортиментной стратегии розничной торговой организации. Факторы, учитываемые при формировании ассортиментной политики. Инструменты регулирования ассортимента товаров. Система управления товарными запасами. Формирование товарного ассортимента как части общей стратегии торговой организации.

Перечень тем практических/лабораторных занятий

№ раздела курса	Оценочные средства
1. Общее понятие «торговый центр»	дискуссия
2. Торговые зоны торгово-развлекательного центра	доклады и презентации
3. Классификация торговых центров	опрос, дискуссия
4. Этапы и принципы построения торгового центра	дискуссия
5. Проектирование ТРЦ	опрос, дискуссия
6. Комплексное обслуживание в ТРЦ	тестирование
7. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	доклады и презентации
8. Управленческие решения по активизации продвижения товаров в ТРЦ	доклады и презентации
9. Новые форматы ТРЦ и их составляющие	дискуссия

5.3 Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии

Объем курса составляет 72 часа (2 з.е.), из них 69 час аудиторных: 34 часоа лекционных и 34 часа практических занятий, кроме того, часть теоретического материала студенты осваивают самостоятельно.

Промежуточная аттестация по курсу – зачёт.

В учебном процессе используются следующие интерактивные формы проведения практических занятий:

- 1) ролевая игра;
- 2) тематическая дискуссия;
- 3) работа в малых группах;
- 4) работа с психодиагностическими тестами.

5.5 Форма текущего контроля

Реализация компетентного подхода при изучении дисциплины в лекционном курсе предусматривает использование презентационного материала при изучении теоретического, содержащего основные задачи, стоящие перед обучаемым при изучении каждой темы, ключевые понятия, необходимые

для освоения материала, краткое содержание теоретического материала, контрольные вопросы для самостоятельного изучения материала и рекомендуемую литературу.

Лекционные и семинарские занятия проводятся в аудитории, оснащенной видео- и аудиоаппаратурой.

Проведение практических занятий предполагает конкретизацию и углубленную проработку лекционного материала, закрепление изучаемых вопросов путем соединения полученных теоретических знаний с решением конкретных практических задач в области процесса проектирования процесса оказания услуг на примере работы конкретных предприятий сферы сервиса. Результаты практических работ демонстрируют в виде презентаций.

Самостоятельная работа включает в себя подбор и анализ специальной литературы, знакомство с аудио- и видеоматериалами, работу по подготовке глоссария основных понятий по программе дисциплины.

5.5 Форма текущего контроля

Для студентов в качестве самостоятельной работы предполагается выполнения индивидуальных домашних заданий и контрольных работ.

6 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.1 Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- выполнение задания по анализу специальной литературы по данной дисциплине при работе с базами данных;
- подготовка презентаций по темам практических занятий;
- разработка глоссария основных понятий и определений по изучаемой дисциплине.

Темы рефератов

1. Оптимальный выбор формата розничной торговой организации с учетом типа города и характера жилой застройки
2. Размещение торговой организации: принципы и методы оптимизации
3. Особенности управления ритейловыми сетями
4. Особенности управления распределительными центрами в деятельности розничной торговой фирмы
5. Формирование товарного ассортимента розничной организации и обеспечение его устойчивости
6. Управление товароснабжением розничной организации
7. Создание организационно-технологических и социально- психологических условий для продажи товаров
8. Стимулирование торгового персонала розничной организации с целью увеличения объема продаж
9. Управление продажами в розничной торговле
10. Экономические методы стимулирования продажи и оценка целесообразности их использования
11. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса
12. Управление оперативными процессами в розничных организациях
13. Особенности управления торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли
14. Оценка эффективности рекламы
15. Управление созданием и продвижением брендов
16. Управление рекламной деятельностью в розничной торговле
17. Управление продвижением товаров на потребительский рынок в целях активизации процесса
18. Мерчендайзинг как управленческое решение по стимулированию продаж
19. Рекламные методы продвижения товаров, используемые в розничной торговле
20. Управленческие решения по размещению товаров в торговом зале и на технологическом оборудовании
21. Ассортимент услуг розничных торговых организаций различного формата и их влияние на культуру торгового обслуживания

6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Что такое производственный процесс?
2. Какова структура производственного процесса?
3. Что включает в себя понятие «технологический процесс» и «вспомогательный процесс»?
4. Какова структура процесса оказания услуги?
5. Что такое специализация производства?
6. Какие формы специализации используют предприятия сервиса?
7. Что означает размещение производственного процесса во времени?
8. Что такое длительность производственного цикла?
1. Что такое время оказания услуг?
2. Какова структура длительности производственного цикла?
3. Какие факторы влияют на время оказания услуги?
4. Каковы пути сокращения времени оказания услуг?
5. Что такое предприятие?
6. Какими признаками характеризуется предприятие?
7. По каким признакам можно классифицировать предприятие?
8. Каковы основные особенности организации деятельности предприятий сферы сервиса?
9. Что такое структура предприятия?
10. Что такое производственно-административная структура предприятия?
11. Что такое производственно-технологическая структура предприятия?
12. Какие факторы влияют на структуру предприятия?
13. Каковы основные типы производств?
14. Какова характеристика основных методов организации производства?

6.3 Методические рекомендации по организации СРС

Самостоятельная работа студента включает в себя ряд составляющих:

1. Освоение теоретического материала, основываясь на лекционном курсе и программном обеспечении, рекомендованном в п. 5 учебной программы.
2. Выполнение индивидуального задания по подбору и анализу специальной литературы по данной дисциплине. Презентация одного из выбранных литературных источников.
3. Самостоятельное выполнение заданий по темам практических занятий обеспечивает закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе изучения данной дисциплины. Подготовка к практическим занятиям позволяет расширить кругозор, способствует приобретению студентами навыков самостоятельного творческого решения практических задач, развивает мышление, приобщает студента как будущего специалиста к практической деятельности в рамках выбранной специальности. Отчеты по практическим занятиям представляются в виде презентаций.
4. Подготовка глоссария основных терминов и понятий по программе данной дисциплины. При этом, критериями подбора терминов являются: актуальность, познавательная ценность, значимость термина в данной области.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Для обеспечения самостоятельной работы студентов разработаны комплекты индивидуальных домашних заданий с решением типовых задач.

8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к зачёту:

Вариант 1.

Торговля как отрасль экономики. Состояние и направления развития торговли в современных условиях.

2. Складские помещения, их классификация. Операции по хранению товаров. Уход за товарами в процессе хранения.

3. Организация отпуска товаров со склада.

4. Порядок формирования ассортимента на торговом предприятии. Характеристика основных показателей ассортимента.

5. Понятие товарного склада, их классификация.
6. Состояние и тенденции развития товарных складов.
7. Формы складских зданий.
8. Оптовая и розничная торговля и их роль в сфере товарного обращения.
9. Основные элементы операции продажи товаров в магазине. Формы продажи товаров.
10. Методы продажи товаров.
11. Культура торговли, качества торгового обслуживания, показатели культуры обслуживания. Культура продавца.
12. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения.
13. Организация государственного контроля в торговле.
14. Управление товарными запасами на предприятиях торговли.
15. Организация и технология розничной продажи товаров
16. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
17. Источники товароснабжения розничной торговой сети. Поставщики товаров, их классификация.
18. Виды, сущность и функции розничной торговой сети.
19. Понятие, содержание, принципы и формы организации товародвижения.
20. Факторы, влияющие на организацию товароснабжения и товародвижение.
21. Классификация предприятий оптовой торговли.
22. Формы и методы оптовой продажи товаров.
23. Виды складских помещений и их планировка.
24. Определение потребности в складской площади и емкости складов.
25. Понятие, значение, задачи и принципы товароснабжения розничной торговой сети.
26. Коммерческие договор- назначение, виды и порядок регулирования. Договора купли – продажи, организация претензионной работы на торговом предприятии.
27. Специализация и типизация розничных торговых предприятий
28. Организационная структура торгового предприятия, основные функции руководителей.
29. Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений
30. Организация материальной ответственности на торговом предприятии.
31. Размещение товаров в торговом зале.
32. Способы и принципы выкладки товаров на торговом оборудовании.
33. Оптовая торговля: цели и задачи.
34. Организация и технология хранения товаров.
35. Технология подготовки товаров к продаже.
36. Санитарные требования, предъявляемые к предприятиям продовольственной торговли и их территории.
37. Организация и технология приемки товаров в магазине по качеству.
38. Структура, функции предприятия розничной торговой сети.
39. Факторы, влияющие на развитие розничной торговой сети.
40. Требования, предъявляемые к розничной торговой сети.
41. Организация и технология приемки товаров в магазине по количеству
42. Внемагазинные формы продажи товаров и услуги, оказываемые покупателям в розничном торговом предприятии.
43. Основные схемы технологических процессов на торговом предприятии.
44. Требования и принципы рациональной организации технологических процессов в магазине.
45. Характеристика элементов мерчандайзинга, используемых на торговом предприятии.
46. Торговые дома, их виды и назначение.
47. Мелкорозничная торговая сеть. Передвижная торговая сеть.
48. Торговая сеть электронных магазинов.
49. Требования к устройству магазинов.

50. Планировка помещений магазинов и ее принципы.
51. Санитарные требования, предъявляемые к розничным торговым предприятиям.
52. Мерчандайзинг в розничной торговле.
53. Требования к проектированию торговых предприятий.
54. Размещение розничной торговой сети в городской застройке.
55. Планирование развития и размещения розничной торговой сети.
56. Назначение и функции складов и их классификация.
57. Классификация розничной торговой сети. Специализация, типизация розничных торговых предприятий.
58. Сущность труда работников торговли.
59. Характер труда работников розничной торговли.
60. Особенности труда складских работников.
61. Основные категории работников магазинов. Их права, обязанности и квалификационные характеристики.
62. Понятие разделения труда. Формы разделения труда в торговле: функциональное, потоварное и квалификационное.
63. Понятие кооперации труда. Формы кооперации: совмещение профессий, специальностей и функций; расширение зоны обслуживания.
64. Основные задачи оптового торгового предприятия.
65. Технично-экономические показатели работы склада.
66. Организация отпуска товаров со склада, основания для отпуска товаров. Операции по отпуску товаров (отборка, подготовка к отпуску, отпуск) и их содержание.
67. Основные составляющие, носители фирменного стиля торгового предприятия.
68. Требования и принципы рациональной организации технологических процессов в магазине.
69. Показатели эффективности использования площади торгового зала: коэффициент установочной площади, коэффициент экспозиционной площади, коэффициент емкости торгового оборудования, коэффициент эффективности использования установочной и экспозиционной площадей.
70. Понятие рабочего места. Классификация рабочих мест в предприятиях торговли. Аттестация и рационализация рабочих мест. Организация обслуживания рабочих мест

2 Вариант

1. Торговля как отрасль экономики. Состояние и направления развития торговли в условиях формирования рыночной экономики.
2. Предмет и объект дисциплины
3. Оптовая и розничная торговля и их роль в сфере товарного обращения.
4. Торговые организации и предприятия.
5. Организация контроля в торговле.
6. Понятие, сущность и функции розничной торговой сети.
7. Виды розничной торговой сети.
8. Организация и технология товародвижения и товароснабжения в торговле.
9. Классификация предприятий оптовой торговли. Формы и методы оптовой продажи товаров.
10. Коммерческие договоры: назначение, виды и порядок регулирования. Договора купли – продажи, организация претензионной работы на торговом предприятии.
11. Организационная структура торгового предприятия, основные функции руководителей.
12. Коммерческие посредники и их виды.
13. Оптовая торговля: цели и задачи. Оптовые торговые предприятия их виды и функции.
14. Санитарные требования, предъявляемые к предприятиям продовольственной торговли и их территории.
15. Защита информации и прав субъектов коммерческой деятельности, коммерческая тайна

и патентная защита.

16. Органы государственного контроля, регулирования в коммерческой деятельности и их функции.

17. Товарные запасы и их назначение. Регулирование товарными запасами.

18. Торговые дома, их виды и назначение.

19. Магазин как основной торговый объект розничной торговой сети.

20. Мелкорозничная торговая сеть. Передвижная торговая сеть. Торговая сеть электронных магазинов.

21. Структура, функции предприятия розничной торговой сети. Факторы, влияющие на развитие розничной торговой сети. Требования, предъявляемые к розничной торговой сети.

22. Классификация розничной торговой сети. Специализация, типизация розничных торговых предприятий.

23. Требования к проектированию торговых предприятий. Размещение розничной торговой сети в городской застройке. Планирование развития и размещения розничной торговой сети.

24. Методы определения потребности в торговых площадях. Классификация торговых зданий.

25. Требования к устройству магазинов. Земельный участок магазина и его зоны.

26. Помещения магазина. Планировка помещений магазинов и ее принципы.

27. Показатели эффективности использования площади торгового зала. Виды технологических планировок.

28. Виды торгово-технологического оборудования. Торговая мебель. Основы проектирования магазинов.

29. Понятие и сущность торгово-технологических процессов. Операции технологического процесса. Операции торгового процесса.

30. Основные схемы технологических процессов. Требования и принципы рациональной организации технологических процессов в магазине.

31. Организация и технология приемки товаров в магазине по количеству

32. Учет товаров в магазине.

33. Организация и технология приемки товаров в магазине по качеству.

34. Организация и технология хранения товаров. Технология подготовки товаров к продаже.

35. Размещение товаров в торговом зале. Способы и принципы выкладки товаров на торговом оборудовании.

36. Потери товаров при организации технологического процесса. Понятие, значение, задачи и принципы товароснабжения розничной торговой сети.

37. Понятие, содержание, принципы и формы организации товародвижения. Факторы, влияющие на организацию товароснабжения и товародвижения.

38. Источники товароснабжения розничной торговой сети. Поставщики товаров, их классификация.

39. Деятельность коммерческих работников по изучению и выбору источников и поставщиков товаров.

40. Расчет количества товара, подлежащего текущему завозу в магазин. Контроль по выполнению графиков завоза товаров.

41. Понятия культуры торговли, качества торгового обслуживания, культуры обслуживания. Показатели культуры обслуживания. Культура продавца.

42. Основные элементы операции продажи товаров в магазине. Формы осуществления продажи товаров. Методы продажи товаров. Внемагазинные формы продажи товаров.

43. Понятие товарного склада, их классификация. Функции складов. Состояние и тенденции развития товарных складов. Формы складских зданий. Складские помещения, их классификация. Операции по хранению товаров. Уход за товарами в процессе хранения. Организация отпуска товаров со склада.

Примерные тестовые задания:

Вопрос 1: Операции торгово-технологического процесса относящиеся к коммерческим:

1. изучение спроса покупателей
2. упаковка товаров
3. принятие товаров по количеству и качеству
4. составление заявок на завоз товаров в магазин
5. подсортировка товаров

Вопрос 2: Торговая сеть - это...

1. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением
2. совокупность торговых предприятий, размещенных в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях
3. совокупность торговых предприятий, реализующих однородный ассортимент товаров
4. взаимоотношения оптовых поставщиков и продавцов, реализующих продукцию в розницу

Вопрос 3: Виды торговых предприятий

1. универсальные
2. продовольственные
3. специализированные
4. комбинированные
5. неспециализированные

Вопрос 4: Технологическая планировка магазина - это...

1. совокупность помещений магазина в соответствующей их взаимосвязи
2. совокупность технических помещений магазина
3. расстановка торгово-технологического оборудования по территории торгового зала магазина
4. планировка технологических процессов в магазине

Вопрос 5: Установочная площадь магазина - это...

1. часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей
2. часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров
3. часть помещений магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг
4. часть помещений магазина, предназначенная для хранения товаров

Вопрос 6: Укажите формы планировки торгового зала магазина:

1. линейная
2. боксовая
3. ступенчатая
4. выставочная
5. свободная
6. равномерная

Вопрос 7: Коэффициент использования площади торгового зала - это...

1. отношение площади торгового зала к общей площади магазина
2. отношение площади, занятой торговым оборудованием к общей площади магазина
3. отношение площади под выкладкой товара к площади торгового зала магазина
4. отношение торговой площади к общей площади магазина

Вопрос 8: Помещения магазина, относящиеся к техническим

1. фасовочные
2. приемочные
3. вентиляционные камеры
4. торговый зал
5. машинные отделения лифтов и холодильных установок
6. электрощитовая

Вопрос 9: Основные операции торгово- технологического процесса в магазине:

1. распаковка и приемка товаров по количеству и качеству
2. оказание дополнительных услуг
3. организация расчетов за отобранные покупателями товары
4. размещение и выкладка товаров
5. организация хранения и сдачи тары
6. упаковка товаров

Вопрос 10: Общие для всех товаров операции по подготовке к продаже

1. распаковка
2. фасовка
3. сортировка
4. сборка
5. проверка правильности маркировки
6. придание товарного вида

Вопрос 11: Размещение товаров в торговом зале предполагает...

1. распределение ассортимента товаров по всей площади торгового зала
2. распределение ассортимента товаров по площади торгового оборудования
3. расположение товаров на витринах, стеллажах
4. распределение ассортимента товаров по товарным группам и потребительским комплексам

5. определенные способы укладки и показа товаров

Вопрос 12: Наиболее удобной и выгодной высотой расположения товаров на полках считается высота...

1. 110 - 160 см от уровня пола
2. 80 - 100 см от уровня пола
3. 80 - 120 см от уровня пола
4. 140 - 180 см от уровня пола
5. 80 - 160 см от уровня пола

Вопрос 13: Виды тары, выделяемые в зависимости от функций, выполняемых в процессе товародвижения

1. транспортная
2. многооборотная
3. потребительская
4. универсальная
5. производственная
6. специализированная

Вопрос 14: Управление товарными запасами предполагает

1. нормирование
2. хранение
3. оперативный учет и контроль
4. регулирование
5. группирование товарных запасов по потребительским комплексам

Вопрос 15: Глубина ассортимента товаров должна быть выше...

1. в специализированном магазине
2. в универсальном магазине
3. в комбинированном магазине
4. в магазинах по обслуживанию не защищенных слоев населения

Вопрос 16: Хранение товаров предполагает осуществление следующих операций:

1. разгрузка товаров
2. доставка товаров в зону хранения
3. маркировка товаров
4. размещение товаров в зоне хранения

5. создание оптимальных условий хранения товаров

Вопрос 17: предприятие розничной торговли, имеющее торговую площадь от 5000 м², осуществляющее реализацию продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно методом самообслуживания.

1. Специализированный магазин
2. Дискаунт
3. Гипермаркет
4. Минимаркет

Вопрос 18: магазинная карта, дающая ее держателю право на получение торговой скидки при совершении каждой покупки в определенном магазине или сети магазинов.

1. Карта кредитная
2. Карта микропроцессорная
3. Карта дисконтная
4. Карта расчетная (предоплатная)

Вопрос 19: Предприятие розничной торговли, реализующее одну группу товаров или ее часть.

1. Магазин специализированный
2. Магазин универсальный
3. Магазин с комбинированным ассортиментом товаров

Вопрос 20: Площадь всех помещений магазина.

1. Площадь магазина торговая
2. Площадь магазина установочная
3. Площадь магазина общая

Вопрос 21: Торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

1. Предприятие оптовой торговли
2. Предприятие розничной торговли
3. Предприятие
4. Потребительское общество

Вопрос 22: Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов

1. Товарное обращение
2. Технология торговли
3. Товарные ресурсы

Вопрос 23: Объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования

1. Товарооборот оптовый
2. Товарооборот розничный
3. Товарооборачиваемость
4. Товароснабжение

Вопрос 24: Торговая сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях.

1. Торговая сеть оптовая
2. Торговая сеть розничная
3. Торговая сеть стационарная
4. Торговая сеть мелкорозничная

Вопрос 25: Последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торговых предприятий

1. Торгового обслуживания система
2. Торгового обслуживания процесс
3. Торгового обслуживания форма

Вопрос 26: Последовательность операций, обеспечивающая процесс купли-продажи товаров и товародвижения.

1. Процесс приемки и реализации товаров
2. Процесс продажи товаров
3. Торгово-технологический процесс

9 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература

1. Сервисная деятельность: учебное пособие [Электронный ресурс] / Новосибирск : НГТУ, 2013. - 130 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229143>
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник [Электронный ресурс] / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 284 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221313>
3. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. - М.: Академия, 2012
4. Асанова И.М. Деятельность службы приема и размещения. - М.: Академия, 2011
5. Гаврилова А.Е. Деятельность административно-хозяйственной службы.-М.: Академия, 2012
6. Джум Т.А., Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства.-М.: Магистр: Инфра-М, 2012
7. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах.- М.: Академия, 2012
8. Корнев Н.В. Технология гостиничного сервиса.- М.: Академия, 2011
9. Платонова Н.А. Маркетинг в сервисе / под ред. Н.А.Платоновой. - М.: Академия, 2012
10. Резник Г.А., Маскаева А.И. Сервисная деятельность.- М.: ИНФРА-М, 2013

б) дополнительная литература

1. Тарасова Н.В. Введение в сервисную деятельность / Н.В. Тарасова, Н.В. Тарасова .— Липецк : Изд-во ЛГТУ, 2013 <http://www.rucont.ru/efd/236039?cldren=0>
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность. - М.: Дашков и К, 2013
3. Сигида Е.А. Технологии и методы оздоровительного сервиса / под ред. Е.А.Сигиды. - М.: Инфра - М, 2012
4. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах.-М.: Альфа-М: Инфра - М, 2013
5. Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания.- М.: Академия, 2012

10 Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

10.1 Полнотекстовые базы данных

Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>].

Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>].

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Занятия проводятся в аудиториях, обеспеченных мультимедийным оборудованием.

Специализированные лекционные аудитории, оснащённые видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет.

Аудитории для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и имеющие выход в сеть Интернет. Библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и Интернет.

12 Словарь основных терминов

Акционерное общество – общество, уставной капитал которого разделен на определенное число акций.

Балансовая прибыль – конечный финансовый результат деятельности предприятия; рассчитывается как

сумма результатов (прибыль или убыток) от реализации работ, услуг, продукции, а также результатов (доходов или расходов) от внереализованных операций.

Бизнес – коммерческая деятельность субъекта нацелена на получение прибыли путем создания и реализации продукции (товара) или услуги; занятие, приносящее доход.

Время оказания услуг – период времени от момента приема заказа до выдачи готового изделия (выполняемые услуги, работы) заказчику.

Вспомогательное производство – часть производственной инфраструктуры предприятия; комплекс производств, обеспечивающий бесперебойную работу подразделений основного производства (ремонтное, энергетическое хозяйство).

Вспомогательные процессы – создают условия нормального протекания основного (технологического) процесса.

Длительность производственного цикла – период времени от момента запуска исходных материалов в производство до сдачи готовой продукции на склад.

Единичное производство – штучный выпуск изделий разнообразной и непостоянной номенклатуры ограниченного потребления.

Индивидуальность товара, услуги – особенности изготовления или оказания услуги, связанные с индивидуальными запросами клиента.

Качество бытовой услуги – степень соответствия изготовленных или отремонтированных изделий, выполненных работ в условия, обеспечивающих потребителю наименьшие затраты времени и максимальные удобства при получении услуги.

Материальные услуги – связаны с созданием новых и восстановлением утраченных потребительских стоимостей изделий.

Массовое производство – характеризуется непрерывностью и относительно длительным периодом изготовления ограниченной номенклатуры однородной продукции в больших количествах.

Методы организации производства – способ сочетания организации производственного процесса во времени и пространстве.

Метод труда – способ выполнения производственного задания, характеризующийся определенным составом и последовательностью действий, приемов, операций.

Методы организации производства – способ сочетания организации производственного процесса во времени и пространстве.

Модель – условный образ или представление предмета или системы.

Нематериальные услуги – направлены непосредственно на человека или окружающие его условия.

Норма – максимально допустимая абсолютная величина расхода сырья, материалов, а также живого труда на изготовление единицы продукции, выполнение единицы услуг, работ.

Норматив – характеризует степень использования орудий труда, предметов труда, затрат живого труда.

Нормирование труда – установление меры затрат труда на выполнение услуги или выработку услуг в единицу времени.

Обслуживающее хозяйство – часть производственной инфраструктуры предприятия, обеспечивающая своевременную доставку материальных ресурсов, их хранение и движение в процессе производства.

Операция – характеризуется постоянством места, обрабатываемого изделия (детали) и рабочего исполнителя.

Организация труда на предприятии – система производственных взаимосвязей работников со средствами производства и друг с другом, образующая определенный порядок

трудового процесса.

Организационная структура – логическое соотношение уровней управления и функциональных областей, организованное таким образом, чтобы обеспечить эффективное достижение цели.

Организационная структура управления – схема взаимодействия между членами организации, действующая на разных уровнях управления.

Основное производство – состав цехов и участков предприятия, в которых выполняются операции по изготовлению продукции (выполнению услуг, производству работ).

Побочное производство – изготовление изделий из отходов основного производства.

Подсобное производство – изготовление продукции, потребляемой собственным основным или вспомогательным производством.

Поточная линия – подразделение цеха; возможно на крупных предприятиях, работающих по типу массового или серийного производства.

Предмет труда – материалы, из которых изготавливается новый товар по заказу клиента; материалы и запчасти, которые используются для различного рода ремонтных работ; материалы для выполнения работ по восстановлению потребительских свойств товара.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в установленном законом порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Принцип – основное исходное положение теории, правило деятельности организации в какой-либо сфере.

Принципы планирования – правила, которые необходимо соблюдать при осуществлении планирования деятельности предприятия.

Проблема – понятие, характеризующее разницу между действительным и желаемым состоянием объекта.

Производственная программа предприятия – необходимый объем производства услуг, работ, продукции в планируемом периоде, соответствующий по номенклатуре, ассортименту, формам обслуживания и качеству требованиям плана реализации.

Производственная структура – совокупность связей производственных подразделений предприятия: цехов, участков, обслуживающих хозяйств и служб, прямо или косвенно участвующих в производственном процессе.

Производственный участок – подразделение цеха, может иметь и предметную, и стадийную, и технологическую специализацию.

Прибыль – показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия.

Производственный процесс – совокупность действий, в результате которых предмет труда превращается в готовый продукт (восстанавливаются потребительские качества и внешний вид товара).

Производственная мощность – максимально возможный годовой объем производства при данных организационно-технических условиях.

Рабочее место – зона трудовой деятельности рабочего или группы рабочих, оснащенная необходимыми средствами труда для выполнения услуг, работ, изготовления продукции.

Расценка – стоимость оплаты труда за выполнение единицы продукции (услуги, работы), операции.

Режим работы – регламентированное время функционирования предприятия: количество рабочих дней в неделю, число и продолжительность смены, перерывы на обед и между сменами.

Риск – уровень неопределенности в предсказании результата, вероятность возникновения убытков или снижения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом.

Себестоимость – затраты предприятия на производство и реализацию продукции.

Серийное производство – предусматривает одновременное изготовление сериями широкой номенклатуры однородной продукции, выпуск которой повторяется в течение продолжительного времени.

Сертификация продукции, услуги – процедура принятия и реализации международных норм оценки контроля качества продукции, услуг; осуществляется в результате создания независимых от изготовителей специальных центров, оснащенных оборудованием и приборами для контроля продукции, услуг на соответствие международным стандартам.

Специализация производства – сосредоточение производства однородной продукции, выполнения однородных работ и услуг на предприятии.

Списочный состав работников предприятия – численность работников, числящихся по спискам предприятия (заведены трудовые книжки).

Средство труда – то, с помощью чего осуществляется производственный процесс, т.е. орудия производства, здания, сооружения, транспортные средства, хозяйственный инвентарь.

Структура – элементы какого-либо объекта или процесса и взаимосвязи между ними.

Структура предприятия – состав подразделений предприятия и формы взаимосвязей между ними.

Тарифная система – сборник нормативных документов по оплате труда, включающий тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационные справочники.

Технический контроль качества продукции, услуг – комплекс взаимосвязанных и проводимых в соответствии с установленным порядком контрольных операций.

Технологическая операция – операция, в процессе которой происходит изменение форм, размеров, свойств материала, товара.

Технологический процесс – основная часть производственного процесса, в которой происходит непосредственное воздействие средств труда и рабочей силы на предмет труда, в результате чего он видоизменяется.

Тип организации производства – комплексная характеристика технических, организационных и экономических особенностей производства, обусловленная его специализацией, объемом и постоянством номенклатуры продукции, формой движения изделий по рабочим местам.

Управление качеством – действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции, услуг в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества.

Условия труда – совокупность факторов производственной сферы, оказывающих влияние на здоровье и работоспособность персонала в процессе труда.

Фактор – частный показатель объекта или процессов, протекающих в системе, оказывающей влияние на функцию.

Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуг потребителю.

Чистая прибыль – прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных выплат.

Эстетика обслуживания – благоприятная обстановка и комфорт, создаваемые заказчику при получении услуги, способствующие улучшению настроения человека и оставляющие хорошее впечатление от посещения предприятия.

Этика обслуживания – вежливое, внимательное и доброжелательное отношение работников сферы услуг к заказчикам.

Эффективность производства – рыночная стоимость произведенной продукции, деленной на суммарные затраты ресурсов предприятия.

Явочный состав рабочих – численность рабочих, явившихся на работу на данную дату; численность рабочих, необходимая для выполнения производственной программы.