

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ**

Направление и направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Год набора на ОПОП  
2020

Форма обучения  
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Организация и технология торговли» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.03.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.11.2015г. №1334) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Локша А.В., кандидат филологических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Anna.Loksha@vvsu.ru*

10 Утверждена на заседании кафедры маркетинга и торговли от 31.05.2023 , протокол №

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000B204D6
Владелец	Юрченко Н.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Юрченко Н.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000B204D7
Владелец	Юрченко Н.А.

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Организация и технология торговли» является:

- сформировать современные концепции ведения торговой деятельности с помощью совершенствования технологии, организации и проектирования предприятий.
- дать теоретические основы и практические навыки выбора, оценки и внедрение современных технологий;
- дать основы проектирования торговых предприятий.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- научить процессу выбора оптимального типа, вида торгового предприятия;
- научить комплексной оценке применяемым формам организации труда;
- научить принципам, нормам и методам проектирования коммерческих предприятий.
- умение принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-2	Способность 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	Знания:	виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения
			Умения:	ориентироваться в вопросах управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом - проводить учет товаров и материальных ценностей - осуществлять учет, контроль и анализ затрат в торгово-технологических процессах

			Навыки:	владения методами получения и анализа информации для оценки торгово-технологических процессов и ресурсов на предприятии процедурами инвентаризации, методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения товарно-материальных ценностей
	ПК-5	Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знания:	принципы управления персоналом, методы формирования организационной структуры, способы мотивации персонала торгового предприятия сущности, содержания, основных принципов, функций, методов менеджмента
			Умения:	навыками разработки должностных инструкций, способами воздействия на трудовую мотивацию работников и приемами разрешения конфликтов в организации
			Умения:	умение разрабатывать положение о подразделении на основе организационной структуры торгового предприятия, оценивать и аттестовать персонал применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности
	ПК-8	Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знания:	требований к качеству обслуживания; нормативных документов, регламентирующих качество торгового обслуживания
			Умения:	применять требования нормативных документов при оценке качества торгового обслуживания
			Навыки:	владения методами оценки качества торгового обслуживания
	ПК-15	Готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знания:	виды логистических цепей и схем в тор-говых организациях
			Умения:	строить логистическую цепочку поставок, начиная от выбора поставщиков, расчета стоимости до-ставки и хранения закупаемого товара, используя различные формы сбытовых каналов
			Навыки:	методами расчета и оптимизации логистических затрат в торговой организации

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Организация и технология торговли» относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Экономика». На данную дисциплину опираются «Информационные

технологии в торговой деятельности».

#### 4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.В	2	4	73	36	36	0	1	0	71	Э

#### 5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

##### 5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

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 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Вводная	4	0	0	6	Тест, собеседование
2	Специализация и типизация магазинов в розничной торговле	12	0	0	6	Тест, собеседование
3	Организация технологических процессов в магазине	4	0	0	6	Тест, собеседование
4	Организация розничной продажи и обслуживания покупателей	4	0	0	6	Тест, собеседование
5	Организация труда на предприятиях розничной торговли	4	0	0	6	Тест, собеседование
6	Основы проектирования магазинов	6	0	0	6	Тест, собеседование
7	Специализация и типизация магазинов в розничной торговле	0	16	0	6	Решение конкретных ситуаций групповых и/или индивидуальных творческих заданий. Эссе, реферат, групповая дискуссия
8	Организация технологических процессов в магазине	0	5	0	10	Решение конкретных ситуаций групповых и/или индивидуальных творческих заданий. Эссе, реферат, групповая дискуссия

9	Организация розничной продажи и обслуживания покупателей	0	5	0	8	Решение конкретных ситуаций групповых и/или индивидуальных творческих заданий. Эссе, реферат, групповая дискуссия
10	Организация труда на предприятиях розничной торговли	0	4	0	10	Решение конкретных ситуаций групповых и/или индивидуальных творческих заданий. Эссе, реферат, групповая дискуссия
11	Основы проектирования магазинов	0	4	0	5	Решение конкретных ситуаций групповых и/или индивидуальных творческих заданий. Эссе, реферат, групповая дискуссия
<b>Итого по таблице</b>		<b>34</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>75</b>	

## 5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

### *Тема 1 Вводная.*

Содержание темы: Основные направления развития коммерческих предприятий. Состояние и особенности развития коммерческих предприятий в современный период. Основные направления развития коммерческих предприятий. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материала по заданной тематике и его критическое осмысление.

### *Тема 2 Специализация и типизация магазинов в розничной торговле.*

Содержание темы: Розничная торговля сеть является важной составной частью материально - технической базы торговли. Состояние и размещение розничной торговой сети во многом определяют уровень обслуживания покупателей. В настоящее время состояние розничной торговой сети в стране характеризуется невысоким уровнем развития. Обеспеченность населения торговой площадью в России в несколько раз ниже по сравнению с экономически развитыми странами. Это затрудняет развитие конкурентных отношений в розничной торговле, снижает уровень обслуживания покупателей. Выделяют стационарную, передвижную и почтовую торговую сеть. Специализация и типизация магазинов имеют большое значение в рациональном построении и размещении розничной торговой сети, а это, в свою очередь, обеспечивает сокращение затрат времени покупателей, способствует росту товарооборота и прибыли предприятий торговли. В последние годы в экономически развитых странах существенно возрастает роль и значение крупных универсальных магазинов, торговых центров. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение материала по заданной тематике и его критическое осмысление.

### *Тема 3 Организация технологических процессов в магазине.*

Содержание темы: Технологический процесс представляет собой доведение товаров до конечных потребителей. Этот процесс осуществляется без участия покупателей. Здесь происходит обработка товарных потоков, начиная с поступления товаров в магазин и кончая полной подготовкой их к продаже и выкладке в торговом зале. Торговый процесс представляет собой непосредственное обслуживание покупателей. Торгово -

технологический процесс в магазине обусловлен уровнем развития производства потребительских товаров, состоянием торговли и её МТБ, степенью квалификации работников торговли, ростом благосостояния и культурного уровня населения. Эти факторы определяют динамичность торгово - технологического процесса. В магазинах различают три основные схемы технологического процесса: 1. Приёмка - торговый зал. 2. Приёмка - хранение - торговый зал. 3. Приёмка - хранение - подготовка к продаже - торговый зал. Выбор схемы осуществляется в зависимости от готовности поступающих в магазин товаров, способа их доставки, объёма их поступления, применяемых методов продажи. Технологический процесс должен способствовать современному научно - техническому уровню, экономии времени покупателей, обеспечению высокой производительности труда работников, сохранению потребительских свойств товаров, применению современных видов технологического оборудования. Технологический процесс тесно связан с планировкой магазина, составом его помещений. При планировке помещений необходимо соблюдать целый ряд требований. Неторговые помещения должны быть технологически связаны с торговыми. Основными схемами должны быть технологически связаны с торгового зала являются: линейная, боксовая, островная, выставочная и комбинированная. Для определения эффективности использования площади торгового зала принято использовать коэффициенты установочной и выставочной (экспозиционной) площади. Технологический процесс в магазине начинается с разгрузки транспортного средства и приёмки его по количеству и качеству. Приёмка производится в соответствии с нормативными актами, регламентирующими эти процессы. Организация хранения товаров в магазине. Специфике процесса хранения товаров в магазине. Соблюдение условий хранения различных товарных групп. Укладывание на хранение, систематический контроль состояния товаров. Соблюдение режима хранения. Борьба с потерями: естественная убыль, активируемые потери. Подготовка товаров к продаже. Общие и специфические операции. Устройство и оборудование помещений, предназначенных для подготовки товаров к продаже. Предварительная подготовка создаёт условия для более широкого внедрения прогрессивных методов торговли. Размещение товаров в торговом зале, требования. Принципы выкладки товаров. Организация продажи товаров. Социальное, экономическое и правовое содержание этого процесса продажи. Факторы, влияющие на качество торгового обслуживания населения. Показатели уровня культуры обслуживания покупателей. Техническая оснащённость магазинов. Современные виды-оборудования и тенденции их развития. Мебель для торговых залов. Торговый инвентарь. Торговое холодильное оборудование. Торговое измерительное оборудование. Контрольно-кассовое оборудование. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования).

#### ***Тема 4 Организация розничной продажи и обслуживания покупателей.***

Содержание темы: Розничная продажа товаров и обслуживание покупателей в магазине являются основными элементами торгово - технологического процесса. Они оказывают существенное влияние на эффективность работы торгового предприятия. Организация продажи товаров и обслуживание покупателей зависят от размещения магазинов, особенности планировки размера торгового зала, контингента обслуживаемых покупателей, принадлежности магазина, ассортиментного профиля, технологического решения, формы расчёта покупателей за покупку, формы материальной ответственности и т.д. Элементы процесса розничной продажи. Формы розничной продажи товаров: самообслуживание, по заказам, по образцам, с индивидуальным обслуживанием. Зарубежная практика форм розничной продажи товаров. Связь форм розничной продажи и элементов торгово-технологического процесса. Специфика организации торгового процесса

с учётом форм розничной продажи товаров. Преимущества и недостатки различных форм розничной продажи товаров. Активные формы продажи товаров способствует более интенсивному вовлечению собственных ресурсов предприятия для получения прибыли и создания благоприятных условий для потребителей: продажа товаров в кредит, организация сезонной продажи товаров, сезонная уценка товаров, выставки - продажи, расширенные продажи, ярмарки, аукционы, комиссионная торговля. Дополнительные услуги при обслуживании покупателей. Оценка эффективности форм розничной продажи товаров. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования).

### *Тема 5 Организация труда на предприятиях розничной торговли.*

Содержание темы: Характеристика и особенности труда в магазине. В торговле продолжается процесс производства (транспортирование, фасовка, упаковка), и происходит обслуживание процесса купли - продажи. Основные направления организации труда в магазине. Формы разделения и кооперации труда. Организация и обслуживание рабочих мест. Рационализация приёмов и методов труда отдельных категорий работников. Расширение сферы нормирования труда. Создание необходимых условий труда. Методы исследования трудовых процессов: фотография, хронометраж, моментные наблюдения. Выбор метода зависит от повторяемости, массовости и сложности изучаемых операций торгово -технологического процесса в розничной торговле. Производительность и эффективность труда работников розничной торговли. Факторы, оказывающие влияние на уровень эффективности труда. Организация материальной ответственности. Формы материальной ответственности. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования).

### *Тема 6 Основы проектирования магазинов.*

Содержание темы: Проектирование торговых предприятий: разработка комплекса технической и конструкторской документации, содержащей технико -экономическое обоснование, расчёты, чертежи, схемы пояснительные записки и др. необходимые для строительства или реконструкции предприятий, зданий, сооружений. Требования к проектированию. Нормы проектирования, порядок разработки и согласования проектов магазинов и складов. Характерные особенности проектирования предприятий розничной торговли. Требования при проектировании складских предприятий. Технико - экономические расчёты при проектировании предприятий, базовые показатели для магазина и для склада. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования).

### *Тема 7 Специализация и типизация магазинов в розничной торговле.*

Содержание темы: Специализация магазинов розничной торговли на примере г.



Владивостока. Нарисовать план –схему выбранного района.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Выполнение тестового индивидуального задания по заданной тематике.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины.

### ***Тема 8 Организация технологических процессов в магазине.***

Содержание темы: Задание на тему: «Организация технологических процессов в магазине». Задание 1. Необходимо принять маркетинговые решения в отношении целевого рынка. Определить целевой рынок вашего магазина, ориентируясь на следующие показатели, по которым можно исследовать потенциальных покупателей: 1. Половозрастные характеристики. 2. Социально – экономические характеристики. Задание 2. Разработка торгово – технологического процесса в магазине 1. Выбрать тип магазина 2. Определить ассортимент товаров, реализуемых в данном типе магазина 3. Сгруппировать ассортимент по отделам магазина 4. Выбрать и описать схему торгово – технологического процесса 5. Составить перечень услуг, оказываемых магазином. Задание 3. Составить план-схему магазина. На нем необходимо отразить все требования к торгово-технологическому процессу. Для этого на схеме должны быть размещены торговый зал и все остальные группы неторговых помещений: а) площади для хранения и подготовки товара к продаже; б) подсобные помещения; в) вспомогательные; г) административно-бытовые. Задание оформляется на стандартных листах бумаги. Задание 4 Выработать схему и отразить содержание торгово-технологического процесса магазина. План работы 1. Выбрать тип магазина. 2. Определить ассортимент товаров, реализуемых в данном типе магазина 3. Сгруппировать ассортимент по отделам магазина 4. Сгруппировать ассортимент по секциям. 5. Определить развернутый ассортимент секции (отдела). 6. Выбирать схему торгово-технологического процесса, применяемая для данной товарной группы. 7. Определить метод продажи товаров и порядок обслуживания покупателей. 8. Устанавливается перечень дополнительных услуг в магазине. 9. Раскрыть содержание торгово-технологического процесса для одной товарной группы: а) приемка, б) хранение, в) подготовка к продаже, г) размещение в торговом зале, д) выкладка в торговом зале При этом обращается внимание на специфические требования к этой товарной группе по всем элементам торгово-технологического процесса, а не порядок приемки по инструкциям. Задание 5. Выбрать тип планировки и составить план - схему торгового зала. Описать внутренний и внешний вид магазина по следующему плану. Внешний вид : 1. вход; 2. вывеска; 3. витрина; 4. навес, тент. Внутренний вид: 1. атмосфера магазина; 2. тип планировки; 3. стены; 4. пол; 5. потолок; 6. освещение Задание 6. Определить месторасположение магазина, зону тяготения. Необходимо учитывать следующие факторы: 1. Интенсивность покупательских потоков в разное время суток. 2. Наличие других магазинов в зоне тяготения. 3. Транспортные пути. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Выполнение тестового индивидуального задания по заданной тематике.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины.

### ***Тема 9 Организация розничной продажи и обслуживания покупателей.***

Содержание темы: Применение закона о правах потребителей. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Решение ситуационных задач и упражнений.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины.

### ***Тема 10 Организация труда на предприятиях розничной торговли.***

Содержание темы: Задания: 1. Установить режим работы магазина. 2. Сформировать штат магазина, предусмотрев целесообразную расстановку работников и применяя

рациональное разделение и кооперацию труда. 3. Определить функции всех работников (управленческого, основного и вспомогательного персонала).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Выполнение тестового индивидуального задания по заданной тематике.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины.

### ***Тема 11 Основы проектирования магазинов.***

Содержание темы: 1) Выбрать тип магазина. 2) Определить ассортимент товаров, реализуемых в данном типе магазина. 3) Сгруппировать ассортимент по отделам магазина. 4) Определить методы продажи. 5) Выбрать и описать схему торгово-технологического процесса, учитывая специфические требования к продаже данной товарной группы по всем элементам. 6) Составить перечень услуг, оказываемых магазином, включая дополнительные услуги. 7) Определить и обосновать уровень цен.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Выполнение тестового индивидуального задания по заданной тематике.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины.

## **6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)**

Для организации различных форм самостоятельной работы по дисциплине необходимо:

- Изучение материала по заданной тематике и его критическое осмысление.
- Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования).
- Презентация результатов своего исследования на практическом занятии с ответами на вопросы, дискуссией, рецензированием магистрантами работ друг друга.

Исследовательский проект по дисциплине должен оформляться в соответствии со стандартными требованиями вуза в отношении оформления этого вида работ. В его структуре должны быть представлены: аннотация, введение, содержательная часть, заключение и список использованной литературы, на которые в обязательном порядке должны быть приведены ссылки в тексте проекта. Во введении должны быть указаны цель и основные задачи исследования по выбранному направлению исследования.

При оценке проекта учитывается степень самостоятельности бакалавра в его подготовке, индивидуальное творчество и оригинальность при разработке избранной темы, уровень защиты выполненного исследования, а также рецензии других студентов на выполненный исследовательский проект.

### **Темы исследовательских проектов бакалавров:**

1. Универсальные магазины, их роль в обслуживании покупателей.
2. Формат «Магазин у дома».
3. Торговые центры, торговые комплексы, торговые дома, их виды и пути развития.
4. История создания и стратегии крупнейших транснациональных компаний:
5. Wal-Mart Stores, Inc
6. Carrefour
7. IKEA,
8. Marks & Spencer
9. Metro AG,
10. Auchan

11. Привлекательность розничной торговли для инвестиций
12. Этапы и перспективы развития внемагазинной торговли.
13. Форматы магазинов в г. Владивостоке.
14. Проблемы развития и размещения розничной торговли.
15. Современное оборудование магазинов.
16. Управление трудовым процессом в магазине и на складе.
17. Роль тары и упаковку в магазинах самообслуживания.

Литературные источники, а также законодательные акты в рамках данной дисциплины являются дополнительным способом получения знаний по дисциплине. Главным их назначением является расширение информационного поля, по сравнению с тем объемом знаний, который включен в лекционный курс и раздаточные материалы, подготовленные ведущим преподавателем. Кроме того, обращение к литературным источникам позволяет получить представление об альтернативных взглядах на коммерческие процессы и явления.

В процессе подготовки к выполнению самостоятельной работы, а также к промежуточной аттестации при работе с литературой необходимо пользоваться следующими правилами.

Обращаться, прежде всего, к тем источникам информации, которые вынесены в основной список литературы. В книгах, отнесенных к основному списку литературы, в большей или меньшей степени, присутствует информация по всем основным темам дисциплины. Все они написаны в соответствии с требованиями высшей подготовки специалистов и соответствуют по уровню информации хорошему профессиональному знанию предмета дисциплины.

В список дополнительной литературы включены источники, тематика которых не полностью соответствует программе дисциплины, а также те книги и статьи, которые содержат подробную информацию по отдельным направлениям знаний данного курса. Обращаться к этим источникам следует в том случае, если материалы лекций и основной литературы являются недостаточными для полного раскрытия темы, либо в том случае, если студенту необходимо рассмотреть отдельные темы курса более фундаментально. Такая необходимость может возникнуть в связи с выполнением самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям или другими учебными целями.

Выбирать из предложенного списка необходимо только те литературные источники, которые рекомендованы по данной теме. Тематический список литературы представлен в конце презентации по каждой теме. В списке источников по темам следует выбирать те, которые предшествуют остальным, поскольку порядок литературных источников определяет их значимость для раскрытия темы.

Основное внимание при подготовке к выполнению самостоятельной работы и промежуточной аттестации следует уделять определениям тех понятий, которые характеризуют данную область знаний. Кроме рекомендуемой литературы можно самостоятельно подобрать дополнительные литературные источники (статьи, монографии и т.д.), раскрывающие вопросы по теме задания.

При работе с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и к зачету бакалавров должны воспользоваться следующим списком контрольных вопросов.

1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
2. Принципы рационального построения процесса товародвижения.
3. Научно-технический процесс в торговле.
4. Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений.
5. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения.
6. Назначение и функции товарных складов, их классификация.
7. Технологические и общетехнические требования к устройству складов.

8. Виды складских помещений и их планировка.
9. Определение потребности в складской площади и емкости складов.
  10. Оборудование для хранения товаров
  11. Подъемно-транспортное оборудование
  12. Весоизмерительное и фасовочное оборудование
  13. Складской технологический процесс и принципы его организации
  14. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров
  15. Технология размещения, укладки и хранения товаров.
  16. Организация и технология отпуска товаров со склада
  17. Техничко-экономические показатели работы складов
  18. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.
  19. Структура аппарата склада и функции его работников
  20. Организация труда складских работников
  21. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе
  22. Классификация и характеристика основных видов тары.
  23. Унификация, стандартизация и качество тары
  24. Организация тарного хозяйства в торговле
  25. Роль транспорта в торговле и характеристик основных транспортных средств
  26. Организация перевозок товаров железнодорожным транспортом.
  27. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом
  28. Организация перевозок товаров водным и воздушным транспортом.
  29. Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения
  30. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть
  31. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия
  32. Классификация и функции розничных торговых предприятий
  33. Специализация и типизация магазинов
  34. Основные принципы размещения розничной торговой сети
  35. Основные требования к устройству и планировке магазинов.
  36. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
  37. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.
    38. Санитарно-технические устройства магазина
    39. Мебель для торговых залов магазина
    40. Торговый инвентарь
    41. Торговое холодильное оборудование
    42. Торговое измерительное оборудование
    43. Контрольно-кассовое оборудование.
    44. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов
    45. Фирменный стиль и интерьер магазина
    46. Рекламно-информационное оформление магазина
    47. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
    48. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине
    49. Размещение и выкладка товаров в торговом зале
    50. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже
    51. Организация и технология розничной продажи товаров
    52. Услуги, оказываемые покупателям
    53. Внемагазинные формы торгового обслуживания покупателей
    54. Защита прав потребителей
    55. Организация государственного контроля в торговле
    56. Правила продажи отдельных видов товаров
    57. Правила продажи алкогольной продукции
    58. Правила работы предприятий розничной торговли

59. Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин
60. Санитарные правила торговых предприятий
61. Правила продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит
62. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами
63. Правила продажи товаров по образцам
64. Организация управления торгово-технологическим процессом в магазине
65. Организация труда работников магазина
66. Режим работы и условия труда в магазине
67. Организация материальной ответственности в магазине
68. Принципы и нормы проектирования предприятий торговли
69. Организация строительного проектирования
70. Особенности типового проектирования предприятий торговли
71. Организация строительства предприятий торговли
72. Реконструкция и ремонт предприятий торговли

### **Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

### **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

### **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

#### **8.1 Основная литература**

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301> (дата обращения: 06.09.2023).

2. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О. В. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Дашков и К°, 2022 - 456 - Режим доступа:

## **8.2      Дополнительная литература**

1.    Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательство ФОРУМ , 2022 - 160 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=395782>
2.    Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. – 13-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 348 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696973> (дата обращения: 08.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04947-7. – Текст : электронный.
3.    Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2022 - 480 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=399595>
4.    Жулидов С.И. Организация торговли : Учебник [Электронный ресурс] : ФОРУМ , 2020 - 350 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=358353>
5.    Жулидов, С. И. Организация торговли : учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1914576> (дата обращения: 06.09.2023).
6.    Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. - 7е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 266 с. - ISBN 978-5-394-05272-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083266> (дата обращения: 06.09.2023).

## **8.3      Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1.    Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>
2.    2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
3.    Информационно-правовой портал Гарант – <http://www.garant.ru/>
4.    Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
5.    СПС КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
6.    Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>
7.    Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <http://znanium.com/>
8.    Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
9.    Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
10.    Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"
11.    Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
12.    Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

### Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор
- Доска аудиторная ДА-8МЦ
- Экран настенный рулонный

### Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart

## 10. Словарь основных терминов

**Вид предприятия розничной торговли** – классифицированное по ассортименту реализуемых товаров предприятие розничной торговли.

**Дискаунтер** универсальный продовольственный магазин с торговой площадью до 600 кв.м., реализующий товары с низкой торговой надбавкой за счет минимизации расходов на обслуживание, недорогой отделки интерьера и невысокого качества обслуживания.

**Качество торгового обслуживания (уровень торгового обслуживания)** – характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей.

**Культура торгового обслуживания** – совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала, включающая вежливость, чуткость, компетентность, доступность персонала для покупателей, уровень мастерства работников, комфорт, эстетику предоставления услуги и т.п.

**Магазин – якорь** – крупное торговое предприятие (оператор) с известной торговой маркой, находящееся на территории торгового центра, торгового комплекса или мола, привлекающее в них наибольшее количество покупателей; в отдельных случаях функции магазина-якоря могут выполнять и другие предприятия или их комплексы (ресторанные дворики, кинотеатры), а также некоммерческие объекты (например, памятники архитектуры).

**Мелкорозничная (торговая) сеть** – торговая сеть, осуществляющая розничную торговлю через павильоны, киоски, палатки, а также передвижные средства развозной и разносной торговли –

**Мерчандайзинг** – комплекс мероприятий, проводимых в розничном торговом предприятии, направленный на продвижение конкретного товара.

**Метод продажи товаров** – совокупность приемов и способов, с помощью которых осуществляется процесс продажи товаров.

**Молл** – большая (более 100 тыс. кв.м), крытая территория, на которой расположено множество торговых предприятий и не разрешается въезд автомобилей; основу мола составляют магазины-якоря, соединенные между собой крытыми галереями, в которых располагаются небольшие магазины и предприятия услуг; как правило, моллы строятся дали от центра.

**Общая площадь магазина** – площадь всех помещений магазина, в состав которой входят все надземные, цокольные и подвальные помещения, включая галереи, площадки, рампы и переходы в другие помещения.

**Площадь торгового зала магазина** – часть торговой площади, занятой под оборудованием, и проходы для покупателей

**Прибыльность (рентабельность) продаж** – отношение суммы валовой прибыли к

выручке от продаж.

**Продавец** организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

**Продажа (реализация) товара** – передача товара покупателю на определенных условиях.

**Процесс торгового обслуживания** – последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торговых предприятий.

**Розничная (торговая) сеть** – торговая сеть, представленная предприятиями розничной торговли.

**Розничная торговая сеть** – группная торговая сеть с числом магазинов более 10.

**Розничная торговля** – торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования.

**Сезонные цены** – цены, циклично изменяющиеся в зависимости от времени года.

**Система торгового обслуживания** – частное единство взаимосвязанных элементов, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания.

**Технология торговли** – совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов.

**Тип предприятия розничной торговли** – определенное предприятие розничной торговли, классифицированное по торговой площади и форме торгового обслуживания покупателей.

**Торговая надбавка (наценка)** – сумма, на которую продавец может увеличить цену товара по сравнению со стоимостью этого товара для него самого.

**Торговая площадь магазина** – помещений магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг

**Торговая сеть** – (как интеграционная структура) – совокупность предприятий, независимо от их местонахождения, находящиеся под общим управлением.

**Торговая сеть** – совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением.

**Торговая скидка** – от цены конечной продажи, право на получение которой имеет та организация, которая обеспечила эту продажу.

**Торговля** – вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

**Торговля** – покупка товаров с целью дальнейшей продажи без внесения в товар существенных материальных изменений.

**Торговое обслуживание** – деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленном на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара или услуги.

**Торговое объединение** – добровольное договорное объединение, созданное торговыми предприятиями, сохраняющими свою самостоятельность и права юридического лица, для координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов, являющееся некоммерческой организацией.

**Торговое предприятие** – имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказанию услуг торговли

**Торговый дом (дом торговли)** – многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внешнеэкономическую сферы.

**Торговый зал магазина** – специально оборудованная основная часть торгового помещения магазина, предназначенная для обслуживания покупателей.

**Торговый комплекс** – совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизуемых функций хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

**Торговый центр** – совокупность торговых предприятий и/или предприятий по



оказанию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг, расположенных на определенной территории спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомобилей.

**Условия торгового обслуживания** – совокупность факторов, воздействующих на покупателя в процессе торгового обслуживания.

Услуга торговли – результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

**Установочная площадь магазина** – торговая площадь, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.

**Форма продажи товара** – организационный прием доведения товаров до покупателей.

**Форма торгового обслуживания** – организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей.

**Формат магазина** – характеристика, определяемая его концепцией и типом.

**Хранение товаров** – процесс размещения товаров в складских помещениях, содержание и уход за ними в целях обеспечения сохранности их качества и количества.

**Цена** – инструмент коммерческой политики фирмы, и потому всякое обсуждение методов и правил ценообразования приобретает смысл только в том случае, если мы представляем чего хочет фирма добиться, устанавливая цены на свои продукты или услуги.

**Цены на товары** – цены, устанавливаемые на осязаемые объекты продажи, т. е. на материальные товары.

**Цены на услуги** – цены, устанавливаемые на неосязаемые, нематериальные объекты продажи.

**Цены оптовые** – цены, устанавливаемые на товары, реализуемые крупными партиями, предприятиями оптовой торговли деловым покупателям.

**Цены розничные** – цены, устанавливаемые на товары, реализуемые розничными торговыми предприятиями конечным покупателям, при относительно небольшом объеме каждой покупки.

**Экспозиционная (демонстрационная) площадь магазина** – суммарная площадь плоскостей торгового оборудования, используемого для показа товаров в торговом зале.