

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от «16» мая 2019г. № 9/1

Согласовано:
Председатель УМК института

Зав. кафедрой  Е.И. Янгирова

 /Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы торгового дела

Базовая часть

программа бакалавриата

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки:
«Коммерция»

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):
доц., к.э.н.



Нусратуллин И.В.

Для приема: 2019

Уфа 2019 г.

Составитель / составители: Нусратуллин И.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга протокол от «16» мая 2019 г. № 9/1.

Заведующий кафедрой

 / Е.И. Янгирова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	14
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	14
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
4.3. Рейтинг-план дисциплины.....	32
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	33
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	33
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	33
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. Знать: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	
	2. Знать: основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	ПК-1 - способность 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	
	3. Знать: основы управления торгово-технологическими процессами	ПК-2 - способность осуществлять управление процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	
Умения	1. Уметь: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её эффективность	ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	
	2. Уметь: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	ПК-1 - способность 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	
	3. Уметь: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	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	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	
	2. Владеть: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	ПК-1 - способность 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	
	3. Владеть: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь	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	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торговое дело» относится к базовой части.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре (очное обучение) и на 1,2 курсе в 2,3 семестрах (заочное обучение).

Цель дисциплины овладение студентами теорией и практикой торговой деятельности в предприятиях для решения коммерческих задач, направленных на совершенствование

процессов купли – продажи товаров и услуг, привлечения потенциальных покупателей, удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Основы менеджмента», «Организационно-управленческий менеджмент».

Дисциплина «Торговое дело» является необходимой для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Торговое дело**»
на 3 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5/180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	54
лекций	18
практических/ семинарских	36
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	97,8 27

Форма(ы) контроля:
 Экзамен - 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 1. Теоретические основы торгового дела							
1.	Сущность и содержание торговой деятельности	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Характеристика торговых операций	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Организация торговой деятельности	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Информационное обеспечение торговой деятельности	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	Модуль 2. Торговая деятельность организации							
1.	Работа по оптовым и розничным закупкам	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
2.	Работа по оптовой и розничной продаже	2	4		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для	Тесты, опрос, решение кейсов

							самоконтроля	
4.	Управление товарными запасами	4	8		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
	Организация расчетов в коммерческой деятельности	2	4		13,8	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
	Экзамен							
	Всего часов:	18	36		97,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Торговое дело**»
на 2 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	10
лекций	4
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	62

Форма(ы) контроля:
 Экзамен - 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 1. Теоретические основы торгового дела							
1.	Сущность и содержание торговой деятельности	1	1		14	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Характеристика торговых операций	1	1		14	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Организация торговой деятельности	1	2		16	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Информационное обеспечение торговой деятельности	1	2		18	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	Экзамен							
	Всего часов:	4	6		62			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Торговое дело**»
на 3 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	4
лекций	2
практических/ семинарских	2
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	93,8
включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	9

Форма(ы) контроля:
 Экзамен - 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 2. Торговая деятельность организации							
1.	Работа по оптовым и розничным закупкам	1			20	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
2.	Работа по оптовой и розничной продаже	1			20	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
4.	Управление товарными запасами		1		24	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
	Организация расчетов в коммерческой деятельности		1		29,8	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос, решение кейсов
	Экзамен							
	Всего часов:	18	36		93,8			

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	Фрагментарные представления о следующем: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	Неполные представления о следующем: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	Сформированные систематические представления о следующем: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности
Второй этап (уровень)	Уметь: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её эффективность	Фрагментарные умения в следующем: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её эффективность	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: организовывать точки стационарной торговли,	Сформированное умение в следующем: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её эффективность

			эффективность	оценивать её эффективность	
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности

ПК-1 - способность 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

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	Фрагментарные представления о следующем: основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	Неполные представления о следующем: основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы управления ассортиментом и качеством товаров	Сформированные систематические представления о следующем: основы управления ассортиментом и качеством

				и услуг	товаров и услуг
Второй этап (уровень)	Уметь: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	Фрагментарные умения в следующем: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	Сформированное умение в следующем: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов

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

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основы управления торгово-технологическими процессами	Фрагментарные представления о следующем: основы управления торгово-технологическими процессами	Неполные представления о следующем: основы управления торгово-технологическими процессами	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы управления торгово-технологическими процессами	Сформированные систематические представления о следующем: основы управления торгово-технологическими процессами
Второй этап (уровень)	Уметь: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	Фрагментарные умения в следующем: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	Сформированное умение в следующем: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками учета и контроля товаров и услуг на	Фрагментарное владение	В целом успешное, но не	В целом успешное, но содержащее	Успешное и систематическое

	<p>предприятия, минимизации затрат, списывания потерь</p>	<p>следующими навыками: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь</p>	<p>систематическое применение следующих навыков: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь</p>	<p>отдельные пробелы применения следующих навыков: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь</p>	<p>применение следующих навыков: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь</p>
--	---	--	---	---	---

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	1. Знать: основы организации торговой деятельности, оценки его эффективности	ОК-2	Тест, опрос
	2. Знать: основы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг	ПК-1	Тест, опрос
	3. Знать: основы управления торгово-технологическими процессами	ПК-2	Тест, опрос
2-й этап Умения	1. Уметь: организовывать точки стационарной торговли, оценивать её эффективность	ОК-2	Опрос, решение кейсов
	2. Уметь: оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый контроль качества	ПК-1	Опрос, решение кейсов
	3. Уметь: регулировать процессы хранения продукции, проводить инвентаризацию, учитывать и списывать потери	ПК-2	Опрос, решение кейсов
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками создания бизнеса в торговой сфере, оценки его эффективности	ОК-2	Опрос, решение кейсов
	2. Владеть: навыками приемки и учета товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов	ПК-1	Опрос, решение кейсов
	3. Владеть: навыками учета и контроля товаров и услуг на предприятии, минимизации затрат, списывания потерь	ПК-2	Опрос, решение кейсов

Вопросы текущего контроля

Модуль 1. Теоретические основы торгового дела.

1. Понятие, сущность и содержание торговой деятельности.
2. Принципы, функции, задачи торговой деятельности.
3. Объекты и субъекты торговой деятельности
4. Коммерческие риски
5. Свойства и характеристики торговой деятельности как системы.
6. Организационно-правовые формы функционирования коммерческой деятельности
7. Развитие торговли в России и за рубежом
8. Понятие торговых операций.
9. Классификация торговых операций.
10. Основные торговых операции.
11. Виды и формы коммерческих сделок.
12. Субъекты и объекты торговых операций
13. Понятие и сущность торговых связей
14. Классификация торговых связей
15. Правовое регулирование торговых связей
16. Организация и ведение деловых переговоров
17. Классификация хозяйственных договоров
18. Порядок заключения , исполнения, обеспечения и расторжения хозяйственных договоров
19. Характеристика отдельных договоров
20. Источники коммерческой информации
21. Коммерческая тайна и ее защита

Модуль 2. Торговая деятельность в организации.

1. Сущность, роль и значение закупочной работы
2. Изучение покупательского спроса. Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров
3. Выбор партнеров в коммерческой деятельности
4. Организация и технология закупок товаров у поставщиков: организация биржевой торговли; аукционная торговля; закупка товаров на оптовых рынках; закупка товаров на оптовых ярмарках
5. Сущность коммерческой работы по продаже товаров
6. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров
7. Методы оптовой продажи
8. Коммерческая работа по розничной продаже товаров
9. Этапы коммерческой работы по розничной продаже товаров.
10. Сущность товарных запасов.
11. Классификация товарных запасов.
12. Управление товарными запасами
13. Сущность расчетов в коммерческой деятельности
14. Наличная форма расчетов.
15. Безналичная форма расчетов.
16. Порядок открытия счетов в банке.
17. Расчёты платёжными поручениями.
18. Расчёты по аккредитиву.
19. Расчёты по инкассо.
20. Расчёты чеками.

21. Расчёты векселями.
22. Электронные банковские услуги.
23. Расчёты в иностранной валюте.
24. Факторинговые операции.

Критерии оценки ответов на контрольный вопрос (в баллах):

Критерии оценивания ответа на контрольный вопрос	Количество баллов
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» - «аргумент» - «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование, или апелляцию к теоретической модели, пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	3-4
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия или отсутствует «поддержка» - пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	1-2
Дан в целом неверный ответ, или два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, неверны или противоречат верному ответу («тезису»)	0

Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

1. Физическое лицо – это:

- А) Граждане, обладающие физической силой.
- Б) Граждане, обладающие правоспособностью.
- В) Граждане, обладающие дееспособностью.
- Г) Граждане, обладающие правоспособностью и дееспособностью.
- Д) Граждане, достигшие 18 лет.
- Е) Материально обеспеченное лицо.

2. Юридическое лицо – это:

- А) Гражданин с юридическим образованием.
- Б) Организация, которая имеет в своём управлении имущество.
- В) Организация, которая имеет в своём штате юриста.
- Г) Организация, которая имеет в собственности имущество и отвечает имуществом по своим обязательствам.
- Д) Группа людей, которые имеют в своей собственности имущество.

3. Коммерческие организации имеют целью своей деятельности:

- А) Получение прибыли.
- Б) Снижение издержек.
- В) Уменьшение налогов.
- Г) Развитие экономики.
- Д) Наиболее полное удовлетворение спроса покупателей.

4. Предприятия какой организационно-правовой формы обязаны публиковать информацию о результатах своей деятельности?

- А) Производственный кооператив.

Б) Общество с ограниченной ответственностью.

В) Акционерное общество.

5. Эти фирмы создаются производственным предприятием для удовлетворения своих потребностей, но обладают юридической и финансовой самостоятельностью и ответственностью:

А) Отделы снабжения и сбыта.

Б) Акционерные общества.

В) Дочерние коммерческие закупочные и сбытовые фирмы.

Г) Общества с ограниченной ответственностью.

Д) Холдинги.

Е) Филиалы.

Ж) Независимые коммерческие фирмы, работающие по заказам клиентов.

6. К некоммерческим организациям относятся:

А) Религиозные и общественные организации.

Б) Учреждения.

В) Фонды.

Г) Юридические организации.

7. Коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, называется

А) Производственным кооперативом

Б) Закрытым акционерным обществом

В) Унитарным предприятием

Г) Обществом с ограниченной ответственностью

8. С какой целью создаются дочерние закупочные и сбытовые фирмы?

А) Для удовлетворения собственных нужд.

Б) Для уменьшения налоговых отчислений.

В) Для привлечения иностранных инвестиций.

Г) Для увеличения объёма сбыта продукции предприятия.

Д) Для развития и укрепления экономики.

9. К какому источнику следует обращаться с целью получения информации о том, кто может стать субъектом коммерческой деятельности?

А) Учебник по коммерческой деятельности.

Б) Закон о предпринимательстве.

В) Гражданский Кодекс РФ.

Г) Экономические обзоры и информационные бюллетени.

10. Имеют ли право некоммерческие организации заниматься предпринимательской деятельностью?

А) Имеют.

Б) Не имеют.

В) Имеют с целью привлечения инвестиций.

Г) Имеют, если она соответствует их уставным целям или способствует их достижению.

Д) Имеют с целью выплаты зарплаты и налогов.

11. Может ли биржа осуществлять торговую, торгово-посредническую и иную деятельность, непосредственно не связанную с организацией биржевой торговли?

А) Может.

Б) Не может.

В) Может, если товары соответствуют необходимым биржевым требованиям (стандартизация, массовость и т.п.)

Г) Может, если вторым участником сделки будет другая биржа.

Д) Может, если товар вовремя доставлен на биржевой склад.

12. Стороной какого договора является биржа?

А) Договора купли-продажи биржевого товара, в качестве продавца.

Б) Договора консигнации, в качестве консигнанта.

В) Трудового договора с персоналом биржи.

Г) Договора аренды, в качестве арендатора.

13. Учредителями биржи не могут стать:

А) Должностные лица органов государственной власти

Б) Крупные оптовые организации

В) Страховые и инвестиционные компании и фонды

Г) Общественные, религиозные и благотворительные объединения (организации) и фонды

Д) Граждане и юридические лица сообща

14. Как называется вознаграждение брокера?

А) Картридж.

Б) Покеридж.

В) Брокеридж.

Г) Кембридж.

15. Биржевые сделки, начинающиеся с покупки товара с надеждой на рост цен, называются:

А) Короткие.

Б) Средние.

В) Длинные.

16. Биржевые спекулянты, специализирующиеся на сделках по росту и снижению цен называются:

А) «Кролики».

Б) «Тигры».

В) «Быки».

Г) «Слоны».

Д) «Ослы».

Е) «Медведи».

17. По степени участия в биржевых торгах биржи подразделяются на

А) Открытые.

Б) Федеральные.

В) Фьючерсные.

Г) Закрытые.

Д) Смешанные.

18. В период между общими собраниями руководство биржей осуществляется:

А) Членами биржи

Б) Биржевым комитетом

В) Правлением биржи (дирекцией)

Г) Учредительским советом

Д) Ревизионной комиссией

19. Брокер – это:

А) Посредник в биржевых операциях

Б) Лицо, занимающееся разрешением биржевых споров

В) Руководитель товарной биржи

Г) Охранник товаров на бирже

20. Что является предметом торгов на бирже?

А) Товары и услуги

Б) Лоты, объединяющие товарные группы.

В) Контракты на товары.

Г) Варранты.

Д) Коносаменты на товары.

21. Хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и

хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается:

- А) создавать дискриминационные условия
- Б) осуществлять оптовую торговлю с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии.
- В) не создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов

22. Органам государственной власти субъектов Российской Федерации, запрещается принимать акты которые приводят или могут привести к установлению на товарном рынке правил осуществления торговой деятельности, в частности запрещается:

- А) понуждение хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность,
- Б) возложение на хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность
- В) принятие нормативных правовых актов,

23. Мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности...

- А) разработка антимонопольной продукции
- Б) проводят анализ экологических показателей
- В) поддержку сельскохозяйственных потребительских кооперативов
- Г) стимулирование инвестиционных проектов, направленных на строительство логистических центров поставок

24. Основными показателями эффективности реализации программ развития торговли являются:

- А) достижение установленных нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;
- Б) повышение доступности товаров для населения;
- В) возложение на хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность
- Г) создание торговли с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии.

25. Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, при организации торговой деятельности и ее осуществлении, за исключением установленных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами случаев, самостоятельно определяют:

- А) вид торговли (оптовая и (или) розничная торговля);
- Б) способы доставки товара
- В) форма рекламы организации
- Г) специализацию торговли (универсальная торговля и (или) специализированная торговля);

Описание методики оценивания при тестовом контроле:

На оценку степени сформированности знаниевой компоненты компетенции при рубежном контроле отводится не менее 10 вопросов теста. Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

Критерии оценки (в баллах):

Процент правильных ответов	Количество баллов
95 - 100 %	10
85 - 94 %	9
75 - 84%	8
65 - 74%	7
55 - 64%	6

45 – 54%	5
менее 45%	0-4

Кейсы

1. Как неизвестной компании выйти на федеральный рынок?

Стартовая ситуация. Наша компания работает в одном из промышленно развитых регионов, расположенных к востоку от Москвы. В 2013 году в экспериментальном формате мы наладили выпуск прицепов для легковых автомобилей. Эксперимент показал, что на нашу продукцию есть спрос. И через некоторое время мы перешли от штучного производства к серийному.

До 2015 года нашу продукцию покупали в основном жители того региона, где она выпускалась. В год наш завод реализовывал около 400 штук прицепов и по объему **продаж** завод занимал скромное 17 место в России. Было понятно, что локальный характер продаж тормозит **развитие бизнеса**. Поэтому было принято решение о выходе на федеральный уровень.

Особенности продукции

Наш завод выпускает достаточно широкую линейку продукции, адресованную и частным покупателям, и клиентам из b2b-сферы:

- Прицепы общего назначения
- Прицепы для перевозки снегоходов, вездеходов и квадроциклов
- Прицепы для перевозки гидроциклов, лодок и катеров
- Коммерческие прицепы.

Планируя **расширение производства**, мы изучили лучшие предложения на рынке и объединили их достоинства. Оцинкованная рама и дышло, прочные соединения, иностранные комплектующие дают уверенность в качестве продукта. По этому параметру конкурентам мы не проигрываем.

Еще одно из достоинств нашего прицепа – то, что его можно разбирать и собирать. Поэтому есть возможность выполнять индивидуальные заказы покупателей, в разобранном виде оправляя изделие в любую точку России. При желании покупатель может самостоятельно забрать комплект на терминале транспортной компании, погрузив в легковой автомобиль. Дальше остается собрать прицеп по приложенной инструкции. И расходы на его приобретение получаются минимальными. В целом, если говорить о ценах, то нашу продукцию можно отнести к среднему сегменту. Стоит она во многих случаях ниже, чем у конкурентов, а качество выше.

Однако как сделать так, чтобы покупатели в разных концах страны узнали обо всех этих достоинствах и поверили никому не известному производителю? Как выйти на разные целевые аудитории покупателей, среди которых могут быть и пенсионер, использующий прицеп для перевозки урожая с дачи, и обеспеченный предприниматель, имеющий гидроцикл?

Рыночные ограничения

В России прицепы для легковых автомобилей выпускают около 20 заводов. Большую часть рынка делят между собой две компании, ключевое преимущество которых – доверие потребителей и известность, приобретенные в течение многих лет. В кризис емкость рынка не увеличивается. И чтобы завоевать на нем свою долю, нам необходимо потеснить лидеров.

При этом надо учесть, что у конкурентов его торговые представители по всей стране, а наши дилеры к моменту старта федерального проекта работали только в нашем регионе. Нам почти с нуля предстояло создавать свою **дилерскую сеть**. И был риск, что розничные продавцы не захотят работать с новым поставщиком, предпочтя ему продукцию проверенных производителей.

Тем не менее, мы поставили перед собой большую задачу: до конца 2016 года довести

количество дилеров до 30 и увеличить годовые продажи прицепов в пять раз, до 2 тыс. штук.

Задание

1) Как преодолеть ограничения, препятствующие выходу региональной компании на **федеральный рынок**?

- Стагнация спроса, вызванная сокращением доходов населения.
- Незнание продукции на российском рынке.
- Противодействие конкурентов, запрещающих своим дилерам продавать прицепы других производителей.

2) Какие маркетинговые решения может принять компания, чтобы выделиться среди конкурентов?

3) Как компания должна строить продажи, чтобы добиться быстрого роста?

2. Как вернуть гостей в рестораны?

Дано. Сеть ресторанов, работающая в сегменте «средний плюс», оказалась на грани закрытия. Чтобы выжить в кризис, владельцы бизнеса сконцентрировались на сокращении издержек и получили дополнительный рост убытков. В ресторанах упало качество блюд, ухудшилось обслуживание и как следствие стало меньше гостей.

Ограничения. Падение покупательской активности целевой аудитории, для которой работают рестораны сети. Основной акционер компании занимает оборонительную позицию. Он считает, что нужно еще туже затянуть пояса, дождаться, пока рынок пойдет вверх – и тогда все наладится.

Необходимо решить. Какие изменения нужно произвести в ресторанах? Как донести до целевой аудитории информацию об этих изменениях и вернуть заведениям популярность?

Две недели назад меня повысили с должности интернет-маркетолога до директора по маркетингу нашей сети ресторанов. И вот я поднимаюсь на скоростном лифте на 17-й этаж огромного бизнес-центра класса «А». Я иду на свой первый совет директоров. Почему меня туда позвали? Мне самой интересно. Один из учредителей, Паша, сказал, что нужен свежий взгляд на ситуацию. Хотя какой тут свежий взгляд? В компании я работаю уже полтора года. Все уже в сборе. Учредителей у нашей сети всего трое. Они же члены совета директоров: Виталий, Паша и Леха.

Виталий главный. У него 40% акций, коллекция дорогих автомобилей. Ему пятьдесят. Он молодится изо всех сил, и, наверное, поэтому носит разные кеды и рваные джинсы. На большинство сотрудников нашей сети Виталий наводит страх.

Второй акционер, Леха, очень простой. Любит сальные анекдоты, часто вспоминает 1990-е и считает себя очень крутым ресторатором. Ему нравятся забегаловки с дорогим, но плохим пивом, дорогой, но плохой рыбой и, конечно, оливье с крошкой. Желательно все смешать. Когда-то он заработал неплохую сумму и решил вложить часть активов в ресторан. Правда, он никогда не говорил, как и благодаря кому он ее заработал.

Третий акционер, Паша, работает в ресторанном бизнесе уже более десяти лет. Он знает довольно много и, в отличие от Виталия, скорее практик, чем теоретик. Из всего состава учредителей управлением сетью за рамками совета директоров занимается только он.

- Я начну, с вашего позволения, – полувековой хипстер и по совместительству председатель совета взял в руки распечатки. – Перед вами итоги последнего квартала. Несмотря на повышение рентабельности блюд, наши убытки растут второй квартал...

- Рентабельность-то растет. Но позавчера шеф-повар опять швырялся продуктами и заявлением на увольнение. Не собирается, как он говорит, готовить из этого «дерьма» – прервал Паша.

- Да, мы частично перешли на более дешевых поставщиков. Но хочу вам напомнить, что это наше общее решение, и оно позволило снизить средневзвешенную себестоимость блюд за последний квартал на 15%. – ответил Виталий.

- А еще траванули лососем чинушу в погонах – прервал Леха.

- Кстати, прибавь сюда сумму, в которую нам обошлось погашение конфликта – добавил Паша. – Я, кстати, распорядился вернуться к прежнему поставщику по рыбе.

- Они просто не соблюдают стандарты хранения на кухне. Я до сих пор настаиваю, чтобы все издержки были погашены за счет персонала. Но так как мою идею никто из вас не поддержал, я подчиняюсь решению совета, – с нарочитой покорностью сказал Виталий.

- Да они бы полгода без зарплаты сидели, – ухмыльнулся Леха.

- Возвращаясь к поставщикам – продолжил Виталий. Сейчас у многих поставщиков упало качество продуктов. И у дорогих, и у дешевых. У них только цены растут. Нет смысла платить больше. К тому же к нам не ходят за высокой кухней. Наши гости – «квазиценители» – никто из них не отличит правильно приготовленное пюре от «замороженного». Но дело даже не в этом. Рынок сдох. Гостей просто нет – заключил он.

- Мы еще можем как-то сократить расходы? – Леха наконец отвлекся от телефона и стал просматривать отчеты, которые раздала секретарша Танечка.

- Порезали, что могли. Сократили одного бухгалтера. Закрыли обучающий центр, уволили штатного тренера. Теперь официантов обучают администраторы, барменов – старший бармен, – ответил Паша.

- Они, конечно, идиоты! – гневно прошипел Виталий. – Был вчера в одном из наших ресторанов. В смене новый состав, никто меня не знает. Что вы думаете? Когда я вошел, смеялись за баром, все в свои телефоны смотрели. Up-sell и cross-sell никто не сделал, к эспрессо воду мне не подали, да и десерты принесли страшные.

- А чего ты хотел? – спокойно сказал Паша. – Мы же снизили ставки, часть официантов сами уволились. Сейчас к нам пришли те, кого не берут или выгнали другие. В основном совсем дети без опыта.

- Если бы они облизывали гостя, они бы имели хороший «чай». Правда в том, что никто не хочет работать. – Виталий посмотрел в потолок. – Так, продолжим. Ты обещал со всеми пообщаться по поводу стоимости аренды. Есть результаты? – он посмотрел на Пашу.

- Поговорил, но никто не хочет подвинуться по цене. Более того, мне невзначай напомнили, что по условиям договора, если мы разорвем его раньше, платим неустойку в размере полугодовой аренды. Кстати, похожие условия у нас в четырех из восьми заведений.

- Ты их не дождал, они блефуют, – Виталий зачем-то подошел к проектору. – Кому эти помещения сейчас нужны?! Все рестораны в центре стоят пустые.

- Ну почему все пустые? В «Лоске» я был на прошлой неделе, причем в среду вечером: там полная посадка, – оторвался от отчета Леха.

- Во-первых, полная посадка еще не означает прибыль. А, во-вторых, они в премиум-сегменте: у них все хорошо, там рынок не так просел, как в нашем среднем плюс, – наставническим тоном отреагировал Виталий.

- Я вчера весь день думал: мы попали в замкнутый круг, – начал Паша.

- В смысле? – спросил Леха.

- Вот смотрите. У нас падала прибыль...

- Я бы сказал, рос убыток, – вставил Леха.

- Не важно, – продолжил Паша. – Поднять цены мы уже не можем: они и так выше средних по рынку в нашем сегменте. Эксперименты с вводом новых блюд тоже ощутимых результатов не принесли. Далее, мы сэкономили. На чем? На продуктах, на зарплате и обучении персонала. В итоге ушли лучшие официанты, повара, стало хуже качество блюд и обслуживания. Как следствие, гостей приходит меньше. Падает выручка, а за ней – и прибыль. Мы снова режем издержки, получаем еще хуже качество, еще меньше гостей... И так по кругу. – Паша показал на проекторе нарисованную им схему.



- Гостей приходит меньше, потому что рынок сдох, – повторил свою оценку Виталий. Повисла тишина. Виталий обладал каким-то магическим свойством убеждать всех в своей правоте. Какой бы ни была его позиция. Паша, который минуту назад увлеченно и энергично говорил, сник.

- А где наш финансовый директор? Я же просил просчитать сценарий закрытия со всеми неустойками по аренде, – прервал тишину Виталий.

- Она взяла отпуск – ответил Паша. – Будет в четверг.

Но я-то знала, что она взяла отпуск, чтобы съездить в другой город на собеседование. Два месяца назад ей вдвое сократили зарплату с предложением «перетерпеть» трудные времена, «мы все в одной лодке» и тому подобной риторикой. Позавчера я была случайным свидетелем ее разговора с подругами в одном из наших заведений. Основательно набравшись, они не очень-то контролировали свой разговор, хотя предусмотрительно взяли самый отдаленный столик. В общем, топ-состав бежит, как крысы с корабля.

- Пусть просчитает сценарий закрытия со всеми неустойками по аренде к вечеру понедельника. – раздраженно сказал Виталий, его бесило, когда его поручения не выполнялись.

Снова повисла тишина. Я понимала, что выход есть. Собрала весь свой страх и громко сказала:

- Да никакой этот круг и не замкнутый вовсе. Связь «падает прибыль – экономим на кухне и персонале», – это управленческое решение, а не причинно-следственная связь. Нужно вернуть нормальную кухню и снова начать обучать персонал. Ставки рыночные вернуть. Будет кухня и обслуживание, тогда и люди придут снова.

- Ты предлагаешь вогнать нас в еще большие убытки? Пройдись по нашим основным конкурентам: там тоже пусто, – резко ответил Виталий.

- Пустуют те рестораны, где администрация поступает ровно так же, как и мы: экономит на всем и снижает качество. Я согласна: покупательная способность в нашем сегменте несколько упала, но точно не в том же соотношении, как наши продажи.

И давайте посмотрим с другой стороны. Потенциальных гостей стало меньше на то же количество заведений. То есть они теперь могут больше требовать и быть более привередливыми в своем выборе. Значит, нужно дать им самое лучшее в нашем сегменте. И они точно выберут нас, – я поразилась, насколько спокойно я возражаю «великому и ужасному» председателю.

- То есть у нас выбор: закрыться сейчас и потерять одну сумму денег, или рискнуть, чтобы либо выйти в прибыль, либо потерять еще больше? – собрал сложную для него логическую конструкцию Леха.

- Сколько времени по твоим оценкам нам понадобится, чтобы вернуть гостей? – оживился Паша.

- При хорошем качестве и сервисе, около полугода, – ответила я. – Есть, конечно, вариант полного ребрендинга. Меняем концепцию, нейминг, дизайн, меню, – все, в общем. Только

это потребует времени и инвестиций. Да и не факт, что новая концепция «выстрелит».

- Люди ели, едят и будут есть, – активизировался Леха. – Предлагаю не спешить с закрытием, а что-то еще придумать.

- Я никого не тороплю и тем более не настаиваю на принятии решения о закрытии прямо сегодня, – тихо сказал Виталий. – Другой вопрос: если мы решаем работать дальше, какова наша стратегия? Я предлагаю придерживаться той, которую избрали: резать кости и переждать, пока рынок пойдет вверх. Либо же закрыться. Но это все надо просчитать. Вы поймите, нельзя менять стратегию часто, это ни к чему не приведет. К тому же наша стратегия базируется на понятной логике: мы концентрируемся на том, чем можем управлять. Мы можем управлять издержками, но не можем управлять состоянием рынка.

- Если мы сумеем стать лучше, чем конкуренты, если мы дадим ту самую ценность, за которой стоит прийти, то гости вернуться. Плюс маркетинг..., – не отступала я.

- Если рынка нет, толку не будет, сколько не поливай его бюджетом маркетинга. Господа, мы серьезно собираемся выращивать розы в пустыне? – прерывая меня, театрально обратился ко всем Виталий.

- Да че ты так сразу? – пробасил Леха. – Мы ж не сейчас принимаем решение. Будут просчитывать сценарии, пусть посчитают и этот.

- Люди привыкли, что у нас стало не очень. Как мы их вернем? – обратился ко мне Паша. У меня есть ответ на этот вопрос, но, как говорится, одна голова хорошо, а две или больше – лучше. Как бы вы поступили в подобной ситуации?

Вопросы

1. Какие изменения нужно произвести в ресторанах, чтобы вернуть клиентов?

2. Как убедить членов совета директоров обратить больше внимания на удовлетворенность посетителей и коммуникации с потенциальными гостями?

3. Какие маркетинговые инструменты стоит применить, чтобы донести до целевой аудитории изменения, произошедшие в ресторанах?

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета: экзаменационный билет содержит 3 вопроса.

Примерные вопросы для экзамена:

1. Сущность и содержание торговой деятельности.
2. Основные виды торговой деятельности.
3. Роль и функции оптовой торговли.
4. Организация и технология оптовой продажи товаров.
5. Классификация предприятий розничной торговли.
6. Современное состояние и тенденции развития розничной торговли
7. Многоуровневый сетевой маркетинг. Торговля на дому.
8. Способы продажи технологий и услуг.
9. Основные виды и формы аренды.
10. Лизинг и его особенности. Развитие лизинга в России.
11. Франчайзинг и его виды. Развитие франчайзинга в России.
12. Факторинговые операции в коммерции.
13. Товарообменные операции. Встречные закупки товаров.
14. Компенсационные операции.
15. Бартерные операции. Развитие бартерных операций в России.
16. Операции с давальческим сырьём (толлинг).
17. Методы коммерческой деятельности.
18. Роль и виды посредников на рынке.
19. Особенности деятельности простых посредников на рынке.
20. Особенности деятельности поверенного на рынке.

21. Особенности деятельности комиссионера на рынке.
22. Особенности деятельности консигнатора на рынке.
23. Особенности деятельности дистрибьютора на рынке.
24. Положение посредников на рынке.
25. Основные виды вознаграждения посредников.
26. Субъекты торговой деятельности.
27. Виды коммерческих организаций и фирм.
28. Сущность и содержание биржевой торговли. Виды бирж.
29. Организация биржевой торговли. Виды биржевых сделок.
30. Развитие биржевой торговли в России.
31. Сущность и организационные формы аукционов.
32. Выбор партнёра и установление контактов с потенциальным продавцом.
33. Аукционная торговля. Развитие аукционной торговли в России.
34. Методы выявления потенциальных коммерческих партнёров.
35. Способы установления контактов с потенциальным продавцом.
36. Способы установления контактов с потенциальным покупателем.
37. Виды деловых переговоров в коммерции.
38. Организация деловых переговоров в коммерции.
39. Порядок и тактика ведения деловых переговоров.
40. Оформление и анализ результатов переговоров.
41. Классификация договоров в коммерции.
42. Виды договоров в коммерции.
43. Структура договоров в коммерции.
44. Порядок заключения и исполнения договоров.
45. Ответственность за нарушение договорных обязательств.
46. Изменение и расторжение договора.
47. Сущность и виды рисков в коммерции. Методы определения степени риска.
48. Основные способы управления коммерческими рисками.
49. Способы защиты коммерческих интересов продавца при составлении и исполнении контракта купли-продажи.
50. Способы защиты коммерческих интересов покупателя при составлении и исполнении контракта купли-продажи.
51. Способы защиты коммерческих интересов посредников при составлении и исполнении агентского договора.
52. Организация расчётов по договорам.
53. Виды расчётов по договорам.
54. Расчёты по аккредитиву в коммерции.
55. Расчёты по инкассо в коммерции.
56. Вексельная форма расчётов в коммерции.
57. Расчёты чеками в коммерции.
58. Электронные формы расчётов в коммерции.
59. Мошенничества, совершаемые при расчётах в коммерции.
60. Сущность прибыли торгового предприятия и источники её формирования.
61. Показатели рентабельности коммерческого предприятия.
62. Критерии и показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Образец экзаменационного билета:

Башкирский государственный университет

Направление подготовки 38.03.06
«Торговое дело»

Институт экономики, финансов и бизнеса

Профиль «Коммерция»

Кафедра управления проектами и
маркетинга

Дисциплина «Торговое дело»

Экзаменационный билет № 1

1. Роль и функции оптовой торговли
2. Развитие биржевой торговли в России
3. Виды расчётов по договорам

Зав. кафедрой

Е.И.Беглова

Критерии оценки экзамена (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Торговое дело

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность «Торговое дело», профиль «Коммерция»

курс 2, семестр 3

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				20
1. Вопросы текущего контроля	4	2		8
2. Решение кейса	6	2		12
Рубежный контроль				
1. Тестовый контроль	10	2		20
Модуль 2				
Текущий контроль				20
1. Вопросы текущего контроля	4	2		8
2. Решение кейса	6	2		12
Рубежный контроль				
1. Тестовый контроль	10	1		10
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей	5	1		5
Посещаемость				
Посещаемость лекций				-6
Посещаемость практических занятий				-10
Итоговый контроль: Экзамен				30
ИТОГО:				110

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Памбухчиянц, О.В. Организация торговли : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 294 с. : ил. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02189-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496075>

2. Плотников, И.Б. Оборудование предприятий торговли: аппараты для процессов охлаждения, автоматы и приборы : учебное пособие / И.Б. Плотников ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет». - Кемерово : КемГУ, 2018. - 175 с. : ил.,табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8353-2286-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495220>

3. Кент, Т. Розничная торговля : учебник / Т. Кент, О. Омар. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 719 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01000-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117685>

Дополнительная литература:

4. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 456 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495756>

5. Фридман, А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учебник / А.М. Фридман. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 656 с. - ISBN 978-5-394-01296-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229286>

6. Башаримова, С.И. Организация торговли. Практикум : учебное пособие / С.И. Башаримова, Я.В. Грицкова, М.В. Дасько. - Минск : РИПО, 2014. - 296 с. : табл. - Библиогр.: с. 229-231 - ISBN 978-985-503-337-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463534>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
2.	Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)	https://rosreestr.ru/site/
3.	Федеральная налоговая служба	https://www.nalog.ru/
4.	Министерство экономического развития Российской Федерации	http://economy.gov.ru/min/ec/main
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru

6.	Портал RETAIL.RU – портал для ритейлеров и поставщиков	https://www.retail.ru/
7.	Портал о рознице, новости ритейл, электронная коммерция, онлайн ритейл	https://www.retail-loyalty.org/
8.	Портал New Retail – портал розничной торговли и электронной коммерции	https://new-retail.ru/
9.	Портал – торговля Башкортостана	https://traderb.ru/
10.	Портал об электронной торговле - для интернет-магазинов и ритейла	https://oborot.ru/
11.	Российский деловой портал "Альянс Медиа"	http://www.allmedia.ru
12.	Портал «В помощь бизнесу»	http://bishelp.ru/
13.	Портал «БИБОСС»	https://www.beboss.ru/bplans
14.	Портал «Openbusiness»	https://www.openbusiness.ru/gotovye-biznes-plany/
15.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
16.	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.	
17.	Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные	
18.	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные	

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<p>Основы торгового дела</p>	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория №118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212:</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>
--------------------------------------	--	---	--

	<p>аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p>	<p>учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 221 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 222 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 301 учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p>аудитория № 302 учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок iru.</p> <p>аудитория № 305 учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 307 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 308 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 309 учебная мебель, доска.</p> <p>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 iru corp 510 – 14 шт.</p> <p>аудитория № 312 учебная мебель, доска.</p>	
--	---	--	--

	<p>аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
--	---	--	--