

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Золотухина Елена Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2024 17:04:32
Уникальный программный ключ:
ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Программа одобрена
Ученым советом МРСЭИ
Протокол №10 от 22.05.2024 г.



Утверждаю

Ректор  Золотухина Е.Н

22.05.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.17 Коммерческая деятельность организации (предприятия)

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль Бухгалтерский учет и финансовый мониторинг

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
Форма обучения – очная, очно-заочная

Видное 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) **«Коммерческая деятельность организации (предприятия)»** разработана на основании:

– федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954;

– учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования Бухгалтерский учет и финансовый мониторинг по направлению подготовки 38.03.01 Экономика,

– профессионального стандарта «Бухгалтер», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 февраля 2019 г. № 103н,

– профессионального стандарта «Специалист по финансовому мониторингу (в сфере противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 июля 2015 г. № 512н

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана:

Абакарова П.М., к.э.н. кафедры экономики и управления

Рецензенты:

Апалькова И.Ю., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

Лебедев А.В. – к.э.н., доцент кафедры Экономики и товароведения ФГБОУ ВО «МГУТУ имени К.Г.Разумовского (ПКУ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры экономики и управления

Протокол № 10 от 22.05.2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины (модуля).....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)	7
5. Содержание дисциплины (модуля).....	8
6. Самостоятельная работа студентов (СРС)	10
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	12
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	13
9. Образовательные технологии	15
10. Оценочные средства (ОС).....	16
11. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями.....	44
12. Лист регистрации изменений	46

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Коммерческая деятельность организации (предприятия)» (далее – «дисциплина») состоит в формировании у студентов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, учебным планом по основной профессиональной образовательной программе высшего образования Бухгалтерский учет и финансовый мониторинг по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Задачами освоения дисциплины являются:

- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
- овладение методами управления коммерческими процессами торговых предприятий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части блока Б1. Дисциплины (модули) учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования Бухгалтерский учет и финансовый мониторинг по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Дисциплина имеет логическую и содержательно-методическую связь с основными дисциплинами ОПОП бакалавриата, в рамках которых будущим бакалаврам необходимы навыки применения умений и знаний в профессиональной деятельности, планирования научной и учебной работы.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные обучающимися при изучении данной дисциплины, находят широкое применение в творческой и научно-исследовательской деятельности, при подготовке курсовых работ и выпускной квалификационной работы бакалавра.

Дисциплина изучается в 7 семестре по очной и очно-заочной формам обучения.

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

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения
Общепрофессиональная компетенция	ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ОПК-3.И-1 Анализирует, объясняет и контролирует природу экономических процессов в организации	ОПК-3.И-1.3-1 Знает категории, используемые в характеристике национальной экономики; теоретические основы коммерческой деятельности; экономические процессы в организации ОПК-3.И-1.3-2 Знает основные

		<p> принципы аналитических исследований, методологию проведения анализа процессов и явлений, характерных для субъектов хозяйствования разного профиля и организационно- правовых форм ОПК-3.И-1.3-3 Знает методы, объекты, принципы и основные направления контроля и ревизии экономических процессов на микро-и макроуровне ОПК-3.И-1.У-1 Умеет анализировать, классифицировать предприятия по различным признакам, создавать эффективную коммерческую систему и разрабатывать стратегию рыночного участия компании, объяснять природу экономических процессов в организации ОПК-3.И-1.У-2 Умеет разрабатывать план аналитических обоснований, организовывать аналитическую работу на микро-и макроуровне, применять разные методы экономического анализа для обоснования управленческих решений ОПК-3.И-1.У-3 Умеет составлять план и программу контрольно- ревизионных проверок, применять методы контроля для объяснения экономических процессов на микро-и </p>
--	--	--

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы коммерческой деятельности;
- сущность концепции маркетинга в коммерции
- теоретические аспекты сферы услуг, механизм управления маркетингом услуг с учетом классификационных признаков услуг, в том числе аутсорсинга
- специфику внутрифирменного планирования;
- цель, задачи и миссию коммерции;
- принципы и технологии планирования
- концептуальные основы стратегии снабжения и технологии организации закупки товаров и материальных ресурсов
- маркетинговые решения по формированию ассортимента;
- содержание категорийного менеджмента с учетом системы отношений ECR;
- модели оценки ассортимента организации
- основные понятия ценовой и сбытовой политики;
- содержание маркетинга сбыта;
- принципы развития партнерских связей в сбытовой структуре
- что представляет собой маркетинг в оптовой торговле как секторе рыночной экономики;
- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты оптовой торговли
- понятия и обобщенные положения розничных продаж, которые в совокупности становятся целостной системой и образуют сферу ретейлинга в настоящее время;
- методологические основы сферы ретейлинга и ее составляющие;
- основы государственного регулирования и контроля;
- как оформляются договоры в коммерческой деятельности предприятий розничных продаж.

Уметь:

- создавать эффективную коммерческую систему и разрабатывать стратегию рыночного участия компании;
- выявлять и качественно удовлетворять потребности общества;
- инициировать маркетинговые мероприятия тогда, когда рыночная ситуация только начала изменяться;
- применять новые подходы, методы и модели коммерции при выполнении практических задач рыночного участия
- принимать управленческие решения по использованию коммерческой системы аутсорсинга
- разрабатывать перспективные и операционные бизнес-планы снабжения, сбыта, развития инноваций и финансовой устойчивости
- формировать организационный механизм планирования совокупной потребности функционирования производственного процесса
- внедрять систему основных принципов ассортиментной политики в предпринимательскую деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
- обобщать и дополнять понятийный аппарат, характеризующий формирование структуры ассортимента, определяя условия и основные системные элементы, уточняя процесс образования потребительской ценности и экономического эффекта
- выявлять особенности развития теории и практики сбыта готовой продукции, создавать оптимальные структуры управления сбытом;

– проводить факторный анализ воздействия маркетинговой среды на результативность сбыта и учитывать направления совершенствования государственной политики поддержки бизнеса;

– выявлять основные проблемы, сдерживающие развитие маркетинговых технологий в сфере сбыта и выделять приоритетные виды сбытовой деятельности

– участвовать в разработке маркетинговой стратегии компании, занимающейся оптовыми продажами, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

– выбирать поставщиков и торговых посредников;

– разрабатывать план закупки товаров для предприятий различных отраслей хозяйства;

– определять объемы закупок и продаж товаров

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

– осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.

Владеть:

– новыми подходами, методами и моделями коммерции, позволяющими мыслить креативно.

– новыми подходами, методами и моделями маркетинга, позволяющими на практике обосновать экономическую целесообразность выбора эффективного поставщика логистических и провайдерских услуг.

– программными продуктами прогнозирования и специализированными компьютерными системами экономического и финансового моделирования в целях формирования единой философии рыночного участия с учетом особенностей функционирования на уровне штаб-квартиры организации и территориально удаленных корпоративных филиалов.

– аналитическими способностями проведения маркетинговых исследований для оценки рынка закупочных материалов и комплектующих изделий с использованием передовых логистических форм и методов доставки грузов.

– методикой исследования процессов построения ассортиментной политики, способами определения ее взаимосвязи с корпоративными задачами и маркетинговыми стратегиями компании.

– методикой установления цены и ее адаптации к происходящим рыночным изменениям;

– технологией выбора вида и формы сбыта.

– аналитическими методами оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли.

– умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности розничной организации.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). По дисциплине предусмотрены *зачет с оценкой*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Аудиторные занятия* (контактная работа)	68	68			
В том числе:				-	-
Лекции (Л)	34	34			
Практические занятия (ПЗ)	34	34			

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа* (всего)**	76	76			
Вид промежуточной аттестации <i>зачет с оценкой</i>	-	-			
Общая трудоемкость:	часы	144	144		
	зачетные единицы	4	4		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Аудиторные занятия* (контактная работа)	36	36			
В том числе:				-	-
Лекции (Л)	16	16			
Практические занятия (ПЗ)	20	20			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа* (всего)**	108	108			
Вид промежуточной аттестации <i>зачет с оценкой</i>	-	-			
Общая трудоемкость:	часы	144	144		
	зачетные единицы	4	4		

** для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом¹.

Дисциплина реализуется посредством проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся). В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение дисциплины проходит в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При реализации дисциплины предусмотрена аудиторная контактная работа и внеаудиторная контактная работа посредством электронной информационно-образовательной среды. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме лекций и практических занятий. В лекциях раскрываются основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу. На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения тем. Внеаудиторная контактная работа включает в себя проведение текущего контроля успеваемости (тестирование) в электронной информационно-образовательной среде.

5. Содержание дисциплины (модуля)

Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

(в академических часах)

Очная форма обучения

для обучающихся по индивидуальному учебному плану – учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 №84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»).

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Практические занятия
1. Концепция маркетинга коммерции	16	8	8	4	-	4
2. Специфика сферы услуг	16	8	8	4	-	4
3. Внутрифирменное планирование	18	10	8	4	-	4
4. Организация материально-технического снабжения	18	10	8	4	-	4
5. Ассортиментная политика	18	10	8	4	-	4
6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях	18	10	8	4	-	4
7. Организация оптовой торговли	18	10	8	4	-	4
8. Розничная торговля	22	10	12	6	-	6
Контроль, промежуточная аттестация						
Общий объем, часов	144	76	68	34	-	34
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой					

Очно-заочная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с преподавателем			
			Всего	Лекционного типа	Семинарского типа	Практические занятия
1. Концепция маркетинга коммерции	16	12	4	2	-	2
2. Специфика сферы услуг	16	12	4	2	-	2
3. Внутрифирменное планирование	18	14	4	2	-	2
4. Организация материально-технического снабжения	18	14	4	2	-	2
5. Ассортиментная политика	18	14	4	2	-	2
6. Коммерческая деятельность по сбыту	18	14	4	2	-	2

товаров на предприятиях						
7. Организация оптовой торговли	18	12	6	2	-	4
8. Розничная торговля	22	16	6	2	-	4
Контроль, промежуточная аттестация						
Общий объем, часов	144	108	36	16	-	20
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой					

Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Наименование разделов (тем) дисциплины	Содержание раздела (тем)
1. Концепция маркетинга коммерции	1.1. Рынок — объективная основа коммерческой деятельности 1.2. Маркетинг коммерции 1.3. Специфика управления маркетингом в сфере инноваций 1.4. Социальная ориентация сетевого бизнеса
2. Специфика сферы услуг	2.1. Содержание сферы услуг 2.2. Механизм управления маркетингом услуг 2.3. Услуги аутсорсинга
3. Внутрифирменное планирование	3.1. Технология планирования коммерческой деятельности 3.2. Бизнес-план — системный документ рыночной устойчивости 3.3. Оперативное планирование 3.4. План маркетинга и операционные программы
4. Организация материально-технического снабжения	4.1. Организационный механизм материального обеспечения 4.2. Планирование снабжения, обеспечение цехов и работа с поставщиками 4.3. Электронные закупки
5. Ассортиментная политика	5.1. Порядок формирования ассортимента товаров. Структура товарного ассортимента 5.2. Категорийный менеджмент 5.3. Оценочные модели ассортимента (ABC анализ и XYZ анализ продукции)
6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях	6.1. Маркетинговая деятельность по сбыту готовой продукции 6.2. Ценовая политика сбыта с учетом конкурентной среды 6.3. Стимулирование сбыта в коммерции
7. Организация оптовой торговли	7.1. Социально-экономическое содержание оптовой торговли 7.2. Мерчандайзинг 7.3. Методы планирования продаж и составление трейд-маркетингового бюджета
8. Розничная торговля	8.1. Структура, механизм и содержание розничной продажи 8.2. Система франчайзинга и практика организации сетевого ретейлинга 8.3. Стимулирование сбыта и продаж как инструмент интегрированных коммуникаций 8.4. Интернет-торговля

6. Самостоятельная работа студентов (СРС)

6.1 Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема/ Раздел	Индекс индикатора формируемой компетенции	Виды самостоятельной работы обучающихся	Количество часов	
			ОФО	ОЗФО
1. Концепция маркетинга	ОПК-3. И-1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям по	8	12

коммерции		вопросам устного опроса Подготовка доклада Подготовка к тестированию Решение задач		
2. Специфика сферы услуг		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий Подготовка к тестированию	8	12
3. Внутрифирменное планирование		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Подготовка доклада Подготовка к тестированию Решение задач	10	14
4. Организация материально-технического снабжения		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий. Подготовка к тестированию	10	14
5. Ассортиментная политика		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий. Подготовка к тестированию	10	14
6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий. Подготовка к тестированию	10	14
7. Организация оптовой торговли		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий. Подготовка к тестированию	10	12
8. Розничная торговля		Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса Выполнение практических заданий. Подготовка к тестированию	10	16

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию,

специальную литературу;

- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;

- сроки выполнения;

- ориентировочный объем работы;

- основные требования к результатам работы и критерии оценки;

- возможные типичные ошибки при выполнении.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;

- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;

- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;

- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;

- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;

- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература

Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 265 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17371-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538913> Дорман,

В. Н. Коммерческая деятельность : учебник для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 103 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16582-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531328>

Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468978>

Правовое регулирование экономической деятельности : учебник для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — Москва : Издательство Юрайт,

2021. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12381-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476596>

б) дополнительная литература

Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учебник для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 122 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17060-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540167>

Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / В. И. Бариленко [и др.] ; под редакцией В. И. Бариленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00713-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535789>

Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08385-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472156>

Илякова, И. Е. Коммерческая тайна : учебное пособие для вузов / И. Е. Илякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14712-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/479357>

Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10902-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473536>

в) программное обеспечение

В процессе изучения дисциплины используются офисный пакет Microsoft Office (Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint) программа для просмотра и чтения файлов PDF Adobe Acrobat Reader, программа для воспроизведения флэш-анимации в браузерах Adobe Flash Player, браузеры Google Chrome, Opera, Антивирус Касперского и DrWeb, программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro, программа для создания электронного учебника SunRavBook Office SunRav TestOfficePro.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Образовательная платформа Юрайт urait.ru
2. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" – <http://window.edu.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Институт располагает помещениями, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на

одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Кабинет организации коммерческой деятельности и логистики

(для проведения лекций и практических занятий, для выполнения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации)

26 учебных мест, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор, ноутбук, экран, учебная доска, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

Читальный зал

(для проведения самостоятельной работы студентов)

30 учебных мест,

5 ноутбуков с выходом в интернет

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

Кабинет информатики

(для проведения самостоятельной работы студентов)

16 учебных мест, рабочее место преподавателя, 14 персональных компьютеров с выходом в интернет, магнитно-маркерная доска, мультимедийный проектор, ноутбук, принтер, экран, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения

Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN, основание: Microsoft Open License Лицензия № 49155852, авторизационный номер лицензианта 69123958ZZE1310

Windows Professional 8.1 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition, Акт предоставления прав № Tr017554 от 30.03.2015, АО "СофтЛайн Трейд"

Windows Remote Desktop Services CAL 2012 Russian OLP NL AcademicEdition User CAL, основание Акт предоставления прав № Tr017554 от 30.03.2015, АО "СофтЛайн Трейд"

Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr017554 от 30.03.2015, АО "СофтЛайн Трейд"

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013.

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

9. Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Семинарские (практические занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут участвовать в синхронных занятиях семинарского типа в формате вебинаров и/или видеоконференций.

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут осваивать лекционный материал в асинхронном режиме, готовить вопросы к синхронным семинарским (практическим) занятиям.

Для асинхронных занятий применяется следующая методика:

- повторение и закрепление предыдущей темы (раздела);
- изучение базовой и дополнительной рекомендуемой литературы, просмотр (прослушивание) медиаматериалов к новой теме (разделу);
- тезисное конспектирование ключевых положений, терминологии, алгоритмов;
- самостоятельная проверка освоения материала через интерактивный фонд оценочных средств (тесты);

- выполнение рекомендуемых заданий;
- фиксация возникающих вопросов и затруднений.

10. Оценочные средства (ОС)

10.1 Описание используемых образовательных технологий и оценки уровней результатов обучения

Индикатор	Образовательный результат	Способ измерения
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне		
ОПК-3.И-1 Анализирует, объясняет и контролирует природу экономических процессов в организации.	ОПК-3.И-1.3-1 Знает категории, используемые в характеристике национальной экономики; теоретические основы коммерческой деятельности; экономические процессы в организации	Устный опрос Доклад с презентацией Тестирование
	ОПК-3.И-1.3-2 Знает основные принципы аналитических исследований, методологию проведения анализа процессов и явлений, характерных для субъектов хозяйствования разного профиля и организационно-правовых форм	
	ОПК-3.И-1.3-3 Знает методы, объекты, принципы и основные направления контроля и ревизии экономических процессов на микро-и макроуровне	
	ОПК-3.И-1.У-1 Умеет анализировать, классифицировать предприятия по различным признакам, создавать эффективную коммерческую систему и разрабатывать стратегию рыночного участия компании, объяснять природу экономических процессов в организации	Выполнение практических заданий
	ОПК-3.И-1.У-2 Умеет разрабатывать план аналитических обоснований, организовывать аналитическую работу на микро-и макроуровне, применять разные методы экономического анализа для обоснования управленческих решений	
	ОПК-3.И-1.У-3 Умеет составлять план и программу контрольно-ревизионных проверок, применять методы контроля для объяснения экономических процессов на микро-и макроуровне	

10.2 Критерии и шкалы интегрированной оценки уровня сформированности компетенций

Критерии Оценка	Шкала уровня сформированности компетенции			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имеют место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучения.	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству профессиональных задач.	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных профессиональных задач.
Уровень сформированности компетенций	Низкий	Минимально допустимый (пороговый)	Средний	Высокий

10.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ОПК-3.И-1 Анализирует, объясняет и контролирует природу экономических процессов в организации	<p>ОПК-3.И-1.3-1 Знает категории, используемые в характеристике национальной экономики; теоретические основы коммерческой деятельности; экономические процессы в организации</p> <p>ОПК-3.И-1.3-2 Знает основные принципы аналитических исследований, методологию проведения анализа процессов и явлений, характерных для субъектов хозяйствования разного профиля и организационно-правовых форм</p> <p>ОПК-3.И-1.3-3 Знает методы, объекты, принципы и основные направления контроля и ревизии экономических процессов на микро-и макроуровне</p>	Этап формирования знаний
		<p>ОПК-3.И-1.У-1 Умеет анализировать, классифицировать предприятия по различным признакам, создавать эффективную коммерческую систему и разрабатывать стратегию рыночного участия компании, объяснять природу экономических процессов в организации</p> <p>ОПК-3.И-1.У-2 Умеет разрабатывать план аналитических обоснований, организовывать аналитическую работу на</p>	Этап формирования умений

		<p>микро-и макроуровне, применять разные методы экономического анализа для обоснования управленческих решений ОПК-3.И-1.У-3 Умеет составлять план и программу контрольно- ревизионных проверок, применять методы контроля для объяснения экономических процессов на микро-и макроуровне</p>	
--	--	---	--

Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Дайте определение коммерческой деятельности и охарактеризуйте содержание коммерческой работы в сфере торгово-посреднического бизнеса.
2. Определите основные направления развития коммерческой деятельности и назовите главные задачи коммерческой работы в современных условиях.
3. В чем различие и идентичность понятий «коммерция» и «предпринимательство»?
4. Тождественны ли, по вашему мнению, понятия «торговля» и «коммерция»?
5. Сформулируйте основные принципы коммерческой деятельности.
6. Какие существуют виды процессов и операций, составляющих содержание коммерческой деятельности и осуществляемых в сфере товарного обращения?
7. В чем заключается связь коммерции с маркетингом?
8. Какова роль и ответственность коммерции в рыночной экономике? Выделите ее положительные и отрицательные стороны.
9. Определите место и роль коммерческой системы в экономическом кругообороте ресурсов, дайте классификацию субъектов и объектов коммерческой деятельности.
10. На конкретном примере обоснуйте основные направления торгово-посреднической деятельности и выделите комплекс услуг, оказываемых посредниками продавцам и покупателям.
11. Перечислите основные формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке, их технологию осуществления и эффективность.
12. Какова роль торгово-посреднических структур в сфере оптовой торговли?
13. Объясните основные особенности торгово-посреднических операций, проводимых дистрибьюторами и дилерами на рынке.
14. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм продажи товаров?
15. Составьте список услуг, осуществляемых торгово-посредническими структурами для своих потребителей.
16. В чем особенности развития торгово-посреднических структур до и после перестроечного периода, и какие функции они осуществляют?
17. В чем заключается различие вертикальных и горизонтальных форм кооперации в торговле?
18. Какие формы франчайзинга встречаются в сфере торгово-посреднического бизнеса? Перечислите их преимущества и недостатки.
19. Дайте определение понятия хозяйственных связей в торговле.
20. Как регулировались хозяйственные связи между поставщиками и покупателями до рыночной перестройки в сфере торгово-посреднического бизнеса?

21. Каким правовым актом регулируются хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров?
22. Раскройте классификационные признаки коммерческих связей и их основную концепцию.
23. Какова роль договора поставки в регулировании хозяйственных связей в торговле?
24. Какой существует порядок решения преддоговорных споров между поставщиками и покупателями?
25. Назовите основные (базовые) условия договора поставки.
26. Как устанавливаются в договоре количество и ассортимент товаров?
27. Какой порядок поставки товаров может быть предусмотрен в договоре?
28. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей покупателей с поставщиками и их эффективность?
29. Как изменилась роль заявок при организации хозяйственных связей в рыночных условиях?
30. В чем заключается имущественная ответственность сторон за нарушение обязательств, предусмотренных договором и законодательством?
31. Какой существует порядок установления цен и расчетов за поставленную продукцию в сфере торгово-посреднического бизнеса?
32. Как решаются вопросы качества, комплектности, упаковки и маркировки товаров в договоре поставки?
33. Что представляет собой оптовая торговля, ее классификационные признаки и прогрессивные формы?
34. Перечислите принципы маркетинга, которые необходимо использовать при организации оптовой торговли.
35. На какие части (этапы) можно подразделить коммерческую работу по оптовой продаже товаров?
36. В чем состоит содержание договора купли-продажи товаров между оптовым предприятием и потребителями?
37. В чем состоит содержание договора купли-продажи товаров между оптовым предприятием и потребителем?
38. Назовите формы оптовой продажи товаров.
39. Объясните сущность оптовых торговых услуг, их необходимость и развитие.
40. Какие отличительные черты характеризуют биржевую торговлю?
41. В чем состоит содержание выставочной услуги?
42. Какова специфика публичных торгов в форме аукциона?
43. Как организуется продажа товаров на оптовых рынках и ярмарках?
44. Раскройте содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности в сфере торгово-посреднического бизнеса.
45. Какие основные этапы внутрифирменного планирования являются основополагающими для предприятия торговли?
46. На конкретном примере работы торгового предприятия обоснуйте стратегию его бизнеса с учетом формата и позиционирования на рынке.
47. Охарактеризуйте цели, задачи и основные этапы разработки стратегического плана торговой организации с учетом формата и позиционирования на рынке.
48. Что такое бизнес-план? В каких целях администрация предприятия должна его разрабатывать? Раскройте содержание его основных разделов.
49. В чем состоит необходимость государственного регулирования рыночной экономики? Перечислите элементы системы государственного регулирования на макро- и микроуровне.
50. Раскройте содержание методов прямого и косвенного регулирования рыночной экономики. Укажите, в каких случаях использование государственного механизма фиксированных цен способствует коммерческому успеху.

51. Что вы можете сказать об оперативном плане, как основном инструменте планирования коммерческой деятельности в сфере торгово-посреднического бизнеса?
52. Для чего нужен SWOT-анализ и почему его должен знать каждый предприниматель?
53. В чем заключается сущность розничной торговли? Перечислите ее основные функции в современных условиях.
54. Если бы вы стали директором магазина, какую бы маркетинговую программу его развития с учетом позиции и формата могли бы предложить?
55. Чем отличается розничная торговля и ее методы продажи от методов оптовой торговли?
56. Укажите основные и вспомогательные бизнес-операции торгово-тех-нологического процесса, осуществляемые в магазине.
57. Перечислите основные стадии торгового сервиса и состав услуг каждой из них.
58. Назовите классификационные признаки розничной торговли и дайте характеристику этим признакам.
59. Какие компоненты составляют систему стимулирования в розничной торговле?
60. Что вы знаете об организации атмосферы продаж в магазине? Назовите ее основные элементы.
61. Дайте характеристику форм и методов розничной торговли, оцените их эффективность.
62. Перечислите основные факторы, оказывающие влияние на ассортимент магазина.
63. Что означает «категорийный менеджмент»? Поясните на примере.
64. Рассмотрите механизм формирования ассортимента предприятия торговли.
65. Какие методы формирования цены применяют торговые предприятия в условиях рынка?
66. Поясните принципиальные различия в подходах к ценовой политике для основных и модных товаров.
67. Как влияет глубина и широта ассортимента на поиск товара покупателями?
68. Как происходит процесс формирования торгового ассортимента на складах и в магазинах?
69. Объясните роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента.
70. Опишите «образ» товара, его жизненный цикл и позиционирование на рынке.
71. Какие этапы включает в себя процесс покупки товара?
72. Как ритейлеры могут воздействовать на выбор товара потребителем?
73. Что означают понятия «культура торговли», «культура потребления» и для чего нужно знать покупательский спрос?
74. Что означает для вас торговля модными товарами и чем она отличается от торговли товарами массового спроса?
75. Роль персональной продажи и обслуживания в сфере торгово-посреднического бизнеса.
76. Назовите основные элементы маркетинга модного и основного товара.
77. Поясните, каким образом мерчандайзинг может повлиять на процесс продажи товаров?
78. Что вы знаете о визуальном мерчандайзинге? Опишите «сервисный пейзаж» магазина.
79. Объясните, где и в каком месте торгового зала магазина покупателям легче найти дорогие или, наоборот, дешевые товары?

а) Требования к оценочному средству:

Зачет с оценкой (дифференцированный зачет) – форма проверки у обучающихся сформированности общих и профессиональных компетенций или их совокупности,

полученных в соответствии с учебными планами в период теоретического обучения и в ходе практики. Результаты сдачи дифференцированных зачетов оцениваются отметкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Зачет может проводиться как в формате, аналогичном проведению экзамена, так и в других формах, основанных на выполнении индивидуального или группового задания, позволяющего осуществить контроль знаний и полученных навыков.

б) Критерии оценивания:

- правильность ответа на вопрос;
- полнота ответа;
- степень понимания содержания предмета;
- логика и аргументированность изложения материала;
- логика и аргументированность изложения;
- приведение примеров, демонстрирующих умение и владение полученными знаниями по темам дисциплины в раскрытии поставленных вопросов;
- культура ответа.

в) Описание шкалы оценивания

Оценка «отлично» ставится студенту, если он не только точно и грамотно сформулировал ответ на вопросы билета, но и продемонстрировал сформированность соответствующих компетенций, продемонстрировал способность приводить примеры, аргументировать выводы, формулируемые при ответе. Кроме того, студент должен правильно ответить на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который в целом вполне правильно сформулировал ответ на вопрос, но не смог проиллюстрировать свой ответ примерами, провести параллели с современным состоянием данного вопроса.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, если он не совсем точно дает определения и не может ответить точно на дополнительные вопросы преподавателя.

В противном случае студент получает оценку «неудовлетворительно».

Тематика курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

10.4 Оценочные средства для оценки текущей успеваемости студентов

Характеристика ОС для обеспечения текущего контроля по дисциплине

Тема/ Раздел	Индекс индикатора формируемой компетенции	ОС	Содержание задания
1. Концепция маркетинга коммерции	ОПК-3.И-1	Устный опрос Доклад Тест Задачи	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Решение задач
2. Специфика сферы услуг		Устный опрос Доклад Тест Практические задания	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Выполнение практических заданий
3. Внутрифирменное планирование		Устный опрос Доклад Тест Задачи	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Решение задач
4. Организация материально-		Устный опрос Доклад Тест	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование

технического снабжения		Практические задания	Выполнение практических заданий
5. Ассортиментная политика		Устный опрос Доклад Тест Практические задания	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Выполнение практических заданий
6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях		Устный опрос Доклад Тест Практические задания	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Выполнение практических заданий
7. Организация оптовой торговли		Устный опрос Доклад Тест Практические задания	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Выполнение практических заданий
8. Розничная торговля		Устный опрос Доклад Тест Практические задания	Вопросы устного опроса Подготовка доклада Тестирование Выполнение практических заданий

Перечень вопросов к устному опросу

1. Что включает в себя понятие «рынок»?
2. Перечислите основные типы рынка в России. На каком рынке осуществляет свою деятельность компания, в которой вы трудитесь?
3. Почему регулирование спроса является основой практического маркетинга?
4. Перечислите признаки концепции маркетинга новых идей, которые отличают от предыдущих основных концепций маркетинга.
5. Каково содержание концепций социально-этического и социально-экономического маркетинга? Как и какие элементы этих концепций необходимо реализовать на вашем предприятии в целях создания достойного имиджа?
6. Дайте характеристику сфере услуг, в которой вы трудитесь. Раскройте принципы, цели и задачи посреднической деятельности.
7. Какие принципы необходимо учитывать при организации маркетинга сферы услуг?
8. Перечислите отличительные признаки основных посредников на российском рынке услуг. С посредниками какого типа вам приходится взаимодействовать при организации рыночного участия?
9. Выделите классификационные признаки услуг. Какие из них нуждаются в развитии в вашей корпоративной системе сервиса?
10. Какие конкретные маркетинговые действия вы можете предложить для расширения круга клиентов и улучшения качества их обслуживания?
11. Дайте определение термина «аутсорсинг». Чем отличается аутсорсинг от инсорсинга.
12. В чем заключаются отличия технологий планирования маркетинга «от будущего к прошлому» и «от прошлого к будущему» друг от друга?
13. Из каких компонентов состоит процесс определения основной цели рыночного участия компании, в которой вы трудитесь?

14. Перечислите принципы планирования коммерции и покажите, как соблюдение принципа информационной обеспеченности позволяет создать достоверный массив информационных данных?

15. Что такое бизнес-план? В каких целях фирма обязана тщательно его разрабатывать? Дайте содержание его основных разделов.

16. В чем заключается специфика технологии операционного бизнес-планирования?

17. Какой из пакетов прикладных программ используется в процессе внутрифирменного планирования при организации бизнеса в компании, в которой вы трудитесь?

18. Охарактеризуйте содержание работы службы материально-технического обеспечения предприятия.

19. Изложите последовательно процедуру изучения рынка сырья и материалов.

20. В чем заключается стратегия снабжения промышленного предприятия?

21. Перечислите существующие методы определения потребности в материальных ресурсах.

22. Дайте характеристику бюджета снабжения предприятия.

23. От каких факторов зависит предложение материальных ресурсов на рынке?

24. Как определяется емкость рынка сырья и материалов, а также доля рынка потенциального поставщика?

25. Какие существуют виды цен на материальные ресурсы в зависимости от форм купли продажи и сфер экономики?

26. Раскройте специфику и технологию организации конкурсных торгов по государственным закупкам.

27. Рассмотрите порядок организации электронной закупки.

28. Раскройте содержание ассортимента в маркетинге с позиции удовлетворения потребностей потребителя.

29. Покажите взаимосвязь ассортимента с жизненным циклом товара.

30. Отрадите место матрицы Бостонской консультационной группы в выборе стратегии ассортимента компании.

31. Что означает понятие «категорийный менеджмент»?

32. Каким образом коммерческая деятельность по сбыту увеличила прибыль вашего предприятия в предыдущем году?

33. Какие основные направления включают в себя маркетинговые исследования сбыта на промышленном предприятии?

34. Перечислите принципы построения партнерской программы сбыта.

35. Какие основные показатели рассчитываются при оценке результативности сбыта?

36. Раскройте содержание системы организации оперативно-сбытовой работы.

37. Какие основные блоки предусмотрены при разработке ценовой политики? Обоснуйте цели ценообразования промышленного предприятия.

38. Какие основные методы ценообразования? Какие из них наиболее присущи предприятию, на котором вы трудитесь?

39. Дайте оценку рыночного ценообразования в России и выделите ее специфические особенности.

40. Как показывает современный опыт, оптовые компании в большинстве случаев осуществляют сбытовые функции лучше производителя. Объясните, по каким причинам это происходит.

41. Чем отличаются оптовые торговцы от розничных?

42. В каких категориях отражается специфика оптовой торговли?

43. Кто такие оптовые посредники?

44. Приведите классификацию оптовой торговли.

45. В чем принципиальное отличие дистрибьютера от дилера?

46. Что собой представляет и мерчандайзинге планирование пространства?

47. Перечислите основные цели мерчандайзинга и обозначьте ключевые для компании, в которой работаете.
48. Что представляет собой франчайзинг в розничных сетях?
49. Каковы преимущества сетевой торговли для франчайзи?
50. Какие вам известны виды стимулирования продаж?
51. Для чего предназначены частные торговые марки и каковы их главные цели?
52. Какие инструменты стимулирования сбыта наиболее распространены на российском розничном рынке.
53. Назовите участников стимулирования сбыта. Объясните, по какой причине важную роль играет персонал, участвующий в стимулирующих акциях.
54. Что представляет собой Рунет? Назовите целевые группы, представленные и Сети, которые являются потенциальными аудиториями для компании, где им трудитесь.
55. Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?
56. С учетом глобализации рынка представьте классификацию розничных торговых сетей.
57. Перечислите принципы организации сетевого ретейлера.
58. Что представляет собой Рунет?

а) Требование к оценочному средству:

Устный опрос призван сформировать знания по дисциплине. Подготовка к устному опросу осуществляется в ходе самостоятельной работы и включает в себя изучение материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. Опрос предполагает устный ответ на основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя или группы. Ответ должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение.

б) Критерии оценивания:

- 1) полнота и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

в) Описание шкалы оценивания:

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- дает четкий, полный и правильный ответ по вопросам, заданным на дом;
- дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя и аудитории в рамках обсуждения;
- демонстрирует высокий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, превосходное умение формулировать свою позицию;
- может продемонстрировать связь теории и с практическими проблемами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся:

- дает четкий и полный ответ, но недостаточно полные ответы на дополнительные вопросы преподавателя и аудитории в рамках обсуждения;
- демонстрирует не столь высокий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, формулирует свою позицию недостаточно четко, размыто, не может в полной мере отстаивать ее в споре;

- испытывает сложности при демонстрации практических примеров;

- понимает суть используемых терминов.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- дает краткий ответ, не раскрывающий основные аспекты материала по теме;
- демонстрирует низкий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, не готов отвечать на дополнительные вопросы, формулирует свою позицию размыто, поверхностно, не может отстоять ее в споре;
- не может подкрепить свой ответ практическими примерами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- дает слабый ответ по теме, не раскрывающий суть вопроса и основные аспекты материала по теме;
- не может ответить на дополнительные вопросы по теме или принять участие в обсуждении;
- не видит связи теории с практическими проблемами;
- не владеет терминологией.

Темы докладов

1. Кто владеет информацией, тот владеет миром.
2. Информация как экономическое благо.
3. История возникновения и развития института коммерческой тайны.
4. Секреты производства и деловые секреты.
5. Разглашение информации, составляющей коммерческую тайну, как антиконкурентное поведение.
6. Особенности обеспечения информационной безопасности предприятия в инновационной экономике.
7. «Шпионские штучки»: технические инструменты, средства и метод незаконного получения информации.
8. Использование современных технических возможностей для обеспечения режима коммерческой тайны.
9. Современные программные продукты для обеспечения информационной безопасности.
10. Использование предупредительных мер воспитательного характера для обеспечения режима коммерческой тайны.
11. Резонансные прецеденты в сфере нарушения права на коммерческую тайну.
12. Зарубежный опыт правовой защиты конфиденциальной информации.
13. Коммерческая тайна и ее обеспечение: опыт Германии.
14. Защита коммерческой тайны в США.
15. Институт коммерческой тайны в Китае.

а) Требования к оценочному средству:

Доклад с презентацией – подготовленное студентом самостоятельно публичное выступление по представлению учебно-практического вопроса или полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской проблемы (в сопровождении электронной презентации).

При выполнении доклада студент должен продемонстрировать главные качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести (презентовать) результаты исследования слушателям при помощи презентации и умение квалифицированно ответить на вопросы.

Требования к форме представления информации в докладе.

1. В докладе следует разъяснить термины и символы при первом упоминании в тексте.
2. Иллюстрации и таблицы используются в докладе только в тех случаях, если они помогают раскрыть содержание источника.
3. При подготовке доклада следует избегать длинных, запутанных предложений, общих фраз, повторений, лишних слов и словосочетаний, затрудняющих чтение и восприятие текста.
4. Необходимо избегать штампов и канцеляризмов вроде «заострить вопрос», «вследствие наличия», «в свете», «имеет место», «фактически», «практически» и т.п.
5. Необходимо строго соблюдать единообразие терминов, обозначений, условных сокращений и символов.
6. Надо избегать частого повторения слов, употребления одинаковых словосочетаний и оборотов, двойного упоминания понятий в одной фразе.

В заключении делаются общие выводы.

Презентация – это файл с необходимыми материалами доклада, который состоит из последовательности слайдов. Студенту необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет целый набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).

Требования к презентации

Одной из основных программ для создания презентаций является программа MS PowerPoint.

Первый слайд презентации должен содержать тему работы, фамилию, имя и отчество исполнителя, шифр учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность и ученую степень преподавателя. На втором слайде целесообразно представить цель и краткое содержание презентации. Последующие слайды необходимо разбить на разделы согласно пунктам плана доклада. На заключительный слайд выносится самое основное, главное из содержания презентации.

Каждый слайд должен содержать заголовок. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации. При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок.

б) Критерии оценивания:

Основными требованиями к докладу, по которым происходит оценивания выполненной работы, являются:

– соответствие содержания доклада теме исследования, ее цели и поставленным задачам;

– актуальность и практическая значимость темы, взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;

– анализ степени научной разработанности избранной темы исследования;

– логическая последовательность изложения материала, четкая целевая ориентация работы, ее завершенность;

– актуальность, доказательность и достоверность представленного в работе эмпирического материала, аргументированность и обоснованность выводов и предложений по исследуемой проблеме, соответствующих поставленным задачам исследования;

– самостоятельное и творческое выполнение работы, наличие у автора собственных суждений по проблемным вопросам темы;

– лаконичное и грамотное изложение материала;

– владение автором материалом при защите доклада с использованием презентации.

в) Описание шкалы оценивания:

Оценка «отлично» ставится, если:

– содержание доклада с презентацией соответствует теме исследования, ее целям и поставленным задачам;

– тема актуальная и практически значима, выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;

– проведен на высоком уровне анализ степени разработанности выбранной темы исследования;

– присутствует логическая последовательность изложения материала, четкая целевая ориентация работы, ее завершенность;

– актуальность, доказательность и достоверность представленного в работе эмпирического материала, аргументированность и обоснованность выводов и предложений по исследуемой проблеме, соответствующих поставленным задачам исследования;

– продемонстрировано самостоятельное и творческое выполнение работы, наличие у автора собственных суждений по проблемным вопросам темы;

– лаконичное и грамотное изложение материала;

– студент продемонстрировал высокий уровень владения материалом, ответил на все вопросы.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- содержание доклада с презентацией соответствует теме исследования;
- слабо выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;
- проведен анализ учебной литературы без ссылки на научную литературу;
- нарушена логическая последовательность изложения материала;
- недостаточная эмпирическая база исследования: не проанализирована правоприменительная практика, статистические данные и т.п.
- недостаточная аргументация сделанных выводов;
- студент продемонстрировал не столь высокий уровень владения материалом, ответил не на все вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- содержание доклада с презентацией не раскрывает тему исследования;
- не выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;
- не проведен анализ степени разработанности темы исследования;
- материал изложен непоследовательно и нелогично;
- отсутствует достаточная эмпирическая база;
- нет собственных выводов, не продемонстрирована самостоятельность суждений;
- студент продемонстрировал низкий уровень владения материалом.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- работа не представлена либо не соответствует всем заявленным критериям, выполнена с нарушением требований, студент не владеет материалом.

Примерные тестовые задания

Тест №1.

1. Оцените справедливость следующих высказываний.

1. Посредническая функция рынка заключается в соединении интересов рыночных контрагентов в целях функционирования эффективных маркетинговых коммуникаций.

2. Сбытовая функция маркетинга состоит в контроле над соответствием общественно необходимых затрат рыночным ценам и установлении разумных пропорций между отраслями и регионами с учетом социальной ориентации.

Выберите один правильный ответ

- оба высказывания справедливы
- справедливо только высказывание 2
- справедливо только высказывание 1
- оба высказывания некорректны

2. Что из представленного имеет отношение к концепции партнерства?

Выберите один или несколько правильных ответов

- совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли
- создание атмосферы взаимопонимания и содружества
- создание «виртуальных» команд по работе с региональными компаниями
- установление соглашений с финансовыми структурами (возможность кредитования для страхования рисков в целях поддержки интересов партнеров)

3. Какие прямые внешние факторы оказывают непосредственное влияние на коммерческую деятельность предприятия?

Выберите один или несколько правильных ответов

- платежный баланс
- темпы национального дохода
- государство
- конкуренты

4. Какие внешние факторы косвенного воздействия оказывают влияние на коммерческую деятельность предприятия?

Выберите один или несколько правильных ответов

политические
научно-технические
рекламно-информационные
социальные

5. Рынок можно определить как:

Выберите один правильный ответ

комплексную систему коммерческих связей между покупателями и продавцами, имеющую богатую структуру и созданную в целях совершения обмена товара на деньги широко разветвленные закупочно-заготовительная, контрактная и торгово-коммерческая системы, обеспечивающие оптовый и розничный товарооборот эффективные коммуникации в целях создания положительного имиджа коммерческой структуры, ее популярности в обществе

6. Какой из принципов маркетинга в коммерческой деятельности создает коммерсанту репутацию в деловом мире?

Выберите один правильный ответ

рыночная ориентация коммерции
высокая ответственность за выполнение принятых на себя обязательств по сделкам купли-продажи

умение предвидеть коммерческий риск
выделение приоритетов в коммерческой деятельности

7. Что является главным в коммерции?

Выберите один правильный ответ

рационализация товародвижения
установление партнерских отношений на рынке
удовлетворение покупательского спроса и получение прибыли
доведение товара до потребителя

8. Что относится к коммерческому риску?

Выберите один правильный ответ

возможные убытки, определяемые как сумма ущерба, понесенного вследствие принятия неверного решения

неправомерные действия коммерсанта, связанные с потерей прибыли
неправильные действия в процессе выполнения коммерческих операций
потеря имиджа на рынке

9. Определите правильную формулировку маркетинга коммерции:

Выберите один правильный ответ

совокупность внутренних и внешних факторов, влияющих на конечные результаты деятельности компании

интегрированное целое в виде производственно-коммерческого комплекса товаров и услуг, существующего в определенной экономической, правовой, культурной и территориальной среде

понятие, включающее в себя активное использование элементов маркетинга не только в торговле, но и в сложном комплексе заготовительной, производственной, строительной, инвестиционной, инновационной и другой предпринимательской деятельности с учетом совокупных потребностей общества

10. Что является основной целью маркетинга?

Выберите один правильный ответ

концепция партнерства
стабильность цен
максимальное удовлетворение запросов потребителей с учетом получения намеченной прибыли

оптимизация совокупных затрат

11. Укажите период, когда маркетинг коммерции получил широкое распространение в России:

Выберите один правильный ответ
в конце XX в.
в начале XXI в.
в середине XX в.
в начале XX в.

12.Какая группа факторов представляет в условиях кризиса наибольшую угрозу поступательному развитию компании?

Выберите один правильный ответ
органы государственной власти, инвесторы, посредники
менеджмент фирмы, материальные и финансовые ресурсы, клиенты, конкуренты
геоэкономические и геополитические факторы

13.Как называется маркетинг, основанный на нестандартных решениях и направленный на создание инновационных товаров?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

14.Представьте верный алгоритм планирования фандрайзинговой кампании.

Расставьте в правильном порядке
разработка целевых программ
создание информационного банка данных
сегментация возможных спонсоров
постановка цели
создание группы кампайнеров
подготовка и реализация спонсорского пакета документов
обоснование социальной значимости проекта
обоснование целевых контрибуторов

15.Чем занимаются кампайнеры во время фандрайзинговой кампании?

Выберите один правильный ответ
собирают средства, пожертвования
занимаются PR-продвижением проекта
подсчитывают бюджет кампании и представляют его спонсорам
налаживают связь с представителями власти

Тест №2.

1.Что включает в себя коммерческо-посредническая деятельность?

Выберите один или несколько правильных ответов
организацию закупки, продажи, перепродажи товаров, услуг
разработку стандартов качества товаров, услуг
выполнение широкого круга услуг
производство головного образца нового вида продукции

2.Каким из представленных видов услуг ограничиваются дистрибьюторы нерегулярного типа?

Выберите один правильный ответ
закупка готовых товаров, услуг
складское хранение
подготовка продукции к промышленному потреблению
подборка, комплектовка, сортировка

3.Отметьте верные утверждения.

Выберите один или несколько правильных ответов
Строгая конфиденциальность при ведении переговоров является отличительным признаком деятельности товарного брокера.
Консигнатор занимается подготовкой помещений для организации торговли, нанимает персонал, осуществляет рекламную деятельность и организует торговлю в целом, а также является собственником товара.
Коммивояжеры не могут выполнять функции юридического лица.

Для промышленных агентов характерно включение в ассортимент продукции производителей, которые конкурируют между собой.

4. Среди представленных услуг укажите распределительные:

Выберите один или несколько правильных ответов

провайдерские услуги

лизинг

образование

ремонт

телевидение

консультационные

транспорт

банковские услуги

инжиниринг

торговля

5. Установите соответствие вида услуги определенному классу.

Нематериальные услуги

Материальные услуги

6. Посредником на рынке является:

Выберите один правильный ответ

топ-менеджер, с честью и достоинством исполняющий профессиональные обязанности по управлению трудовым коллективом

специалист по стыковке взаимных интересов участников рынка, организации взаимовыгодных сделок купли-продажи с учетом этики делового общения

специалист в области формирования общественного мнения в целевых аудиториях покупателей

профессионал, нацеленный на контроль при транспортировке грузов от изготовителей до потребителей

7. Сопоставьте уровень провайдерских услуг с его описанием.

Соедините элементы попарно (неверно соединенную пару можно разбить, щелкнув на крестик)

2PL

1PL

5PL

3PL

4PL

Оператор осуществляет складирование и транспортировку товаров в рамках заказа, полученного от компании – владельца товара

Оператор осуществляет весь управленческий процесс и использует для этого интернет как единую платформу

Оператор проектирует весь процесс доставки до конечного потребителя

Компания – владелец товаров сама выполняет весь комплекс операций по движению грузов

Оператор выполняет широкий комплекс логистических услуг (складские, транспортные, экспресс-доставка) и привлекает субподрядчиков в рамках аутсорсинга

8. Маркетинг услуг — это система организации деятельности предприятия:

Выберите один правильный ответ

по разработке, производству и сбыту услуг, отвечающих существующему и потенциальному спросу конкретных потребителей

по производству и сбыту товаров

по производству и сбыту товаров с целью получения прибыли за счет роста объема продаж

по разработке, производству и сбыту товаров

9. Научная обоснованность, своевременность и адаптивность имеют первостепенную важность на этой стадии принятия управленческого решения в сфере маркетинга:

Выберите один правильный ответ

стадия контроля решения и его корректировки

стадия реализации решения

стадия разработки решения

10. Основным уровнем управления в системе управления сферой услуг является:

Выберите один правильный ответ

микроуровень

мегауровень

мезоуровень

11. Как называется графическое изображение положительных и отрицательных отзывов о качестве обслуживания по группам респондентов с учетом демографических признаков?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

12. Как можно определить аутсорсинг?

Выберите один правильный ответ

система управления спросом и стимулирования сбыта

передача корпоративных функций на исполнение внешней организации

управление материальными, распределительными, потребительскими потоками

система распределения за счет использования выгодных маршрутов и мобильного транспорта

13. Классификация аутсорсинга по формам организации выглядит следующим образом:

Выберите один правильный ответ

промышленный, торговый, финансовый, строительный аутсорсинг

полный, трансформационный, внутренний, внешний, совместный, офшорный, глобальный аутсорсинг

функциональный, операционный, ресурсный аутсорсинг

маркетинговые, производственные, правовые, PR-консалтинговые, рекрутские услуги

14. Содержание производственной услуги аутсорсинга включает:

Выберите один правильный ответ

передачу технологических процессов в области материального производства высококачественной продукции

выполнение заказов на информационное сопровождение бизнес-проекта в промышленной структуре

мероприятия по связям с общественностью для повышения эффективности бизнес-процессов

15. Компания имеет свободные мощности и берет на выполнение сторонние заказы, тем самым расширяя деятельность отдельного подразделения или всего предприятия. Как называется данный способ управления деятельностью?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

Тест №3.

1. Определите координаты матрицы стратегического анализа, предложенной И. Ансоффом:

Выберите один правильный ответ

рыночная доля, темпы спроса

рынок, товар

стратегическое положение, формы интеграции

сфера конкуренции, конкурентные преимущества

2. Определите очередность этапов технологии стратегического планирования:

Расставьте в правильном порядке

создание единого банка информационных данных

формирование стратегических целей развития и анализа фирмы
формирование тактики реализации выбранной стратегии развития
разработка корпоративных стратегий с выделением портфельных, конкурентных стратегий и стратегий развития в целях устойчивого рыночного участия компании в будущем

3. При работе со старым товаром на имеющемся рынке применяется эта стратегия:

Выберите один правильный ответ

- развитие рынка
- диверсификация
- развитие товара
- проникновение на рынок

4. Прочное финансовое положение и низкие темпы спроса характерны для такого типа товара (согласно матрице БКГ):

Выберите один правильный ответ

- «дойная корова»
- «трудный ребенок»
- «звезда»
- «собака»

5. Выделите компоненты, которые должны быть учтены при формировании генеральной цели коммерции:

Выберите один или несколько правильных ответов

- исходные цели компании: увеличение рыночной доли
- реальный ресурсный потенциал фирмы
- аналитические данные по целевым рынкам сбыта
- корпоративные традиции и культурные ценности

6. Выберите определение понятия «мастерство планирования»:

Выберите один правильный ответ

разработка системы мер, предполагающей формирование мотивационного поля, повышающего заинтересованность всех участников планирования
формы и методы рыночного участия, обеспечивающие эффективное достижение миссии компании

создание достоверного массива информационных данных рыночной и научно-технической направленности

умение остановиться на самом оптимальном варианте стратегического плана в целях сокращения возможных рисков рыночного участия и практической реализации выгодных коммерческих решений

7. Укажите определение понятия «бизнес-план»:

Выберите один правильный ответ

совокупные меры привлечения партнеров в целях успешной реструктуризации с использованием механизмов горизонтальной и вертикальной интеграции

совокупность этапов оперативного управления социально-экономическим развитием компании с выделением кадрового и интеллектуального потенциала

целостная динамичная система, функционирующая в целях продвижения продукта, формирования надежной системы товародвижения с использованием передовых форм и методов логистики, ведущих к успешному освоению целевых сегментов и позиционированию товаров, услуг

системный документ, разработанный на базе комплексной оценки рыночной ситуации для реализации стратегии маркетинга в целях повышения рыночной устойчивости, обоснования инноваций, получения выгодных кредитов, привлечения высококлассных специалистов

8. Как называется способность фирмы своевременно погашать свои обязательства перед кредиторами?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

9. К оборотным активам компании относятся:

Выберите один или несколько правильных ответов
кратковременные заемные средства
нераспределенная прибыль
товары и производственные запасы
деньги на расчетных счетах
земля

10. Для решения задач бизнес-планирования необходимо выполнение следующих функций:

Выберите один или несколько правильных ответов
оценка результатов и контроль за ходом разработки и реализации бизнес-плана в соответствии с принятой стратегией
подбор инвестора и получение банковского кредита
выбор наиболее оптимальной стратегии реализации бизнес-идеи и детализация основных ее компонентов
участие в ярмарочно-выставочной торговле

11. Установите правильную последовательность разделов бизнес-плана:

Авторство вопроса: Синяев Василий Владимирович

Расставьте в правильном порядке

рынки сбыта
план маркетинга
организационный план
оценка риска и страхование

12. К ненормируемым оборотным средствам в активах компании относятся:

Выберите один или несколько правильных ответов

дебиторская задолженность
расходы будущих периодов
отгруженные товары
запасы товаров и прочих материальных ценностей

13. Затраты на подготовку и проведение переговоров, составление предварительных договоров и прочие организационные меры для заключения контракта – это _____ издержки.

Введите на месте пропуска текст (регистр не учитывается)

14. Суммарные затраты на осуществление бизнес-операции ориентировочно включают в себя:

Выберите один или несколько правильных ответов
затраты на спонсирование
денежные средства, необходимые для оплаты труда
расходы на приобретение оборудования, транспортных средств
затраты на приобретение материалов

15. Схема проведения бизнес-операции включает в себя:

Выберите один или несколько правильных ответов
проведение операции и получение намеченного дохода
социально-деловую активность
формулирование идеи
планирование бизнес-операции

16. Как называется системный документ, построенный на базе комплексной оценки рыночной ситуации для реализации программы достижения целей конкретной бизнес-операции?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

Тест №4.

1. Какие из представленных издержек являются постоянными по отношению к объему производства?

Выберите один или несколько правильных ответов

заработная плата основных производственных рабочих с обязательными социальными выплатами

расходы на рекламу

расходы на упаковочные материалы

расходы на реализацию продукции предприятия

налог на землю издержки на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы

заработная плата служащих, вспомогательного персонала и обязательные социальные выплаты

2. С какими подразделениями предприятия взаимодействует служба снабжения?

Выберите один или несколько правильных ответов

отдел сбыта

транспортная служба

склады сбытовых запасов

производственные подразделения

3. Что относится к инфраструктуре закупки?

Выберите один правильный ответ

система стимулирования сбыта

комплекс элементов, используемых в позиционировании

система коммуникации, обеспечивающая успешную рекламу

наличие материально-технической базы, транспорта, складов, высокого производственного потенциала компании

4. Какие функции выполняются в процессе закупочной деятельности?

Выберите один или несколько правильных ответов

определение совокупной потребности

оперативно-сбытовая деятельность

установление взаимоотношений с поставщиками

планирование ассортимента

5. Как называется денежное выражение международной стоимости реализуемого на мировом рынке товара?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

6. Установите последовательность выполнения функций в отделе снабжения предприятия:

Расставьте в правильном порядке

установление коммерческих связей с поставщиками

доставка сырья и материалов на рабочие места

исследование рынка закупки сырья и материалов

планирование совокупной потребности в продукции

7. Лимит отпуска материалов цехам может быть рассчитан:

Выберите один или несколько правильных ответов

на полгода

на месяц

на год

на квартал

на 10 дней

на неделю

8. Что предшествует закупочной деятельности?

Выберите один или несколько правильных ответов

формирование плана закупки

прогнозирование сбыта

заключение договора купли-продажи товара

маркетинговые исследования рынка

9.Какой тендер объявляет заказчик, когда точно знает, какие виды работ и в каком объеме ему понадобятся для выполнения задачи?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

10.Определите правильную последовательность основных этапов электронной закупки:

Расставьте в правильном порядке

подготовка к участию в электронных торгах

учет расходов организации на создание интернет-сайта и формирование бюджета

маркетинговые исследования рынка электронных закупок

запуск и ведение электронной закупки

11.Какой способ лучше всего подходит для размещения заказа на госзакупку стоимостью менее 500 тыс. рублей?

Выберите один правильный ответ

открытый конкурс

закрытый аукцион

закрытый конкурс

запрос котировок

12.Дополните предложение, вставив недостающее слово: «При проведении открытого аукциона в электронной форме участник не вправе подавать предложение о цене контракта , чем текущее минимальное предложение о цене контракта, сниженное на шаг аукциона».

Введите на месте пропуска текст (регистр не учитывается)

Тест №5.

1.При формировании ассортимента товаров в магазинах необходимо учитывать влияние следующих факторов:

Выберите один или несколько правильных ответов

реальный и потенциальный спрос потребителей

геополитические факторы

тип и размер магазина

условия товароснабжения розничной торговой сети

2.Управленческие решения по товарному ассортименту включают в себя:

Выберите один или несколько правильных ответов

решения о широте ассортимента, т. е. числе входящих в него групп товаров и услуг

решения о длине товарного ряда конкретного товара или об уровне предоставления услуги

решения об упаковке и информационных и изобразительных элементах на ней

3.В категорийном менеджменте выделяют следующие категории:

Выберите один или несколько правильных ответов

приоритетные

базовые

периодические

умные

4.Категорийный менеджмент впервые был применен в этой компании:

Выберите один правильный ответ

Procter&Gamble

Danone

Nestle

Mars

Uniliver

5.Согласно товарному классификатору к товарным группам можно отнести следующие позиции:

Выберите один или несколько правильных ответов

йогурт

мебель
молочные товары
обувь
женская обувь
верхняя одежда
кресло
кефир

6. В XYZ-анализе товары, подверженные сезонному спросу, относят к группе товаров. Выберите из выпадающего списка правильный ответ

7. Согласно ABC-анализу на реализацию ассортиментной группы С будет потрачено времени.

Выберите из выпадающего списка правильный ответ

8. Общий объем продаж фирмы составляет 1 млн руб. Объем продаж продукта А равен 50 тыс. руб. Какова доля объема продаж этого продукта в общем объеме продаж фирмы? (ответ без символа %)

Введите ответ в виде числа

9. Ассортимент товаров характеризуется:

Выберите один или несколько правильных ответов

глубиной
сопоставимостью
развитостью
широтой

10. 20 % клиентов приносят 80 % оборота или прибыли – данное утверждение основано на принципе

Введите на месте пропуска текст (регистр не учитывается)

11. Количество торговых марок и (или) модификаций, или товарных артикулов, имеющихся в наличии, характеризует эту характеристику ассортимента товара:

Выберите один правильный ответ

полнота
высота
широта
глубина

Тест №6.

1. Поставьте этапы оперативно-сбытовой деятельности промышленного предприятия в правильном порядке:

Расставьте в правильном порядке

организация отгрузки продукции покупателям и оформление соответствующих документов

приемка готовой продукции от цехов-изготовителей и подготовка ее к производственному потреблению

составление плана сбыта готовой продукции покупателям и оформление соответствующих документов

разработка планов-графиков отгрузки готовой продукции покупателям

2. Кто утверждает план сбыта промышленного предприятия?

Выберите один правильный ответ

начальник отдела сбыта
руководство предприятия
департамент промышленности администрации региона

3. Что предшествует сбытовой коммерческой деятельности?

Выберите один правильный ответ

прогнозирование сбыта
планирование коммерции

маркетинговые исследования

заключение договора купли-продажи товара

4. Какие функции выполняются в процессе сбытовой коммерческой деятельности?

Выберите один или несколько правильных ответов

планирование ассортимента и сбыта продукции

оперативно-сбытовая деятельность

установление коммерческих взаимоотношений с покупателями и конечными потребителями

планирование закупок товаров

5. Соотнесите название цены и ее описание.

Соедините элементы попарно (неверно соединенную пару можно разбить, щелкнув на крестик)

Цена валовая

Цена ступенчатая

Цена трансфертная

Цена оптимальная

Цена паушальная

цена, назначаемая головной компанией на узлы, комплектующие изделия или готовую продукцию, поставляемую филиалам, дочерним компаниям либо получаемую от них

цена на конкретную серийную продукцию производственного назначения, снижающаяся скачкообразно по мере сокращения издержек или морального старения товара

включает в себя затраты на перевозки, страхование и другие расходы

цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в целом, в среднем

цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара, услуги

6. Отметьте признаки, характеризующие такую форму конкуренции, как олигополия:

Выберите один или несколько правильных ответов

небольшое число фирм

контроль за ценами отсутствует

большое количество фирм

однородная продукция

контроль за ценами высокий

попасть на рынок не составляет большого труда

7. Рост или наличие каких показателей при оценке реальной ситуации на рынке воспринимается как положительное явление?

Выберите один или несколько правильных ответов

эластичность спроса

сезонность спроса

емкость товарного рынка

степень насыщения рынка

цикличность спроса

8. Наивысшая цена, по которой покупатель согласен купить товар, или минимальная цена, по которой продавец готов предложить свой товар для аукционной продажи:

Выберите один правильный ответ

цена отпускная

цена равновесная

цена отправная

цена базисная

цена каталога

9. Как называются цены, по которым государство покупает продукцию у сельскохозяйственных предприятий (фермеров)?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

10. По какому признаку классификации выделяют аукционные цены, цены выставок и биржевые котировки?

Выберите один правильный ответ

по формам продаж

по базовой цене

по степени регулирования

по сферам товарного обслуживания

11. К однородным расходам, то есть таким, которые нельзя расчленить на составные части, относятся:

Выберите один или несколько правильных ответов

расходы на эксплуатацию оборудования

амортизация основных фондов

затраты на сырье

общепроизводственные расходы

12. Установите соответствие между стратегией ценового маркетинга и ее содержанием.

Соедините элементы попарно (неверно соединенную пару можно разбить, щелкнув на крестик)

Стратегия проникновения на рынок

Стратегия следования за лидером

Стратегия снятия сливок

Цена на уровне компании рыночного лидера

Максимально высокая цена

Низкая цена

13. Для сезонных мероприятий имеет смысл использовать эти типы стимулирования:

Выберите один или несколько правильных ответов

сплошное ценовое

выборочное ценовое

выборочное неценовое

сплошное неценовое

14. Выберите три способа прямой скидки:

Выберите один или несколько правильных ответов

указание новой цены без уточнения размера скидки

совмещенная скидка

скидка с указанием ее размера в денежном выражении

скидка в процентах

Тест №7.

1. Отметьте верные утверждения.

Выберите один или несколько правильных ответов

Уровень канала распределения — любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю.

Мерчандайзинг реализуется через посредство мероприятий, проводимых в рамках торгового маркетинга, и всегда ориентирован на стимулирование желания конечного потребителя выбрать и купить продвигаемый товар.

Дилер — независимый предприниматель, на которого распространяется обязанность организовывать рекламу и предпродажный сервис.

В Российской Федерации сформировано законодательство, регулирующее деятельность дистрибьютора и дилера.

2. Отметьте основные задачи дистрибьюторов:

Выберите один или несколько правильных ответов

продажи

маркетинг

логистика

менеджмент

3. По размеру оборота оптовика бывают:

Выберите один или несколько правильных ответов

средние

нестандартные

крупные

мелкие

4. Назовите вид оптовой торговли, при которой оптовая база продает товары сразу конечному пользователю, без завоза на свои склады.

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

5. Соотнесите понятие и его определение.

Соедините элементы попарно (неверно соединенную пару можно разбить, щелкнув на крестик)

Генеральный дистрибьютор

Дистрибьютор, не имеющий складов

Дистрибьютор, имеющий склады

организует сбыт в регионе продукции определенной фирмы своими силами или через собственную дилерскую сеть

выполняет функции накопления и хранения товаров, заключает договоры на поставку в будущих периодах, оказывает услуги по подсортировке и подбору ассортиментных групп товаров

в основном участвует в транзитных поставках

6. К ограниченному относится ассортимент, в котором представлено наименьшее количество наименований.

Выберите из выпадающего списка правильный ответ

7. Какие оптовики сохраняют за собой право собственности на товар, а счета розничным торговцам выставляют только за то, что раскуплено потребителями?

Выберите один правильный ответ

консигнаты

посылторговцы

коммивояжеры

купцы

организаторы

8. Вознаграждение дистрибьютора в коммерческой практике часто именуется:

Выберите один правильный ответ

комиссионным вознаграждением

премией

дилерским вознаграждением

9. Каналы распределения можно определить как:

Выберите один или несколько правильных ответов

свободный обмен товарами и услугами, представляющими ценность для розничного покупателя

организации, выступающие как посредники или участники сбыта, принимающие на себя или помогающие передать другому лицу право собственности на товар

пути, по которым товары движутся от поставщика к конечному потребителю

10. К какой составляющей комплекса маркетинга относится задача мерчандайзера, связанная с размещением и выкладкой товара в торговом зале?

Выберите один правильный ответ

продвижение

товар

место

11. Для какого метода планирования продаж необходимо иметь статистику за несколько последних лет?

Выберите один правильный ответ
метод прогноза
метод экстраполяции
нормативный метод

12. Нормативный метод планирования продаж применяется в тех компаниях, которые измеряют ключевые показатели деятельности в сфере продаж. Такими нормативами могут быть:

Выберите один или несколько правильных ответов
средняя цена товара
количество клиентов в год
корпоративные продажи
количество продаж на сотрудника
количество продаж на клиента

Тест №8.

1. Торговые сети с небольшим ресурсным запасом вынуждены экономить его, поэтому предпочитают ограничивать конкуренцию с помощью:

Выберите один или несколько правильных ответов
системы рекомендованных цен
географического деления
грамотной организации склада
ограничения прав продажи в узком кругу посредников

2. Перечислите основные критерии эффективности продаж розничной сети:

Выберите один или несколько правильных ответов
доля рынка
узнаваемость торговых брендов
логистические издержки
объем продукции

3. Как называется социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

4. По критерию специфики самообслуживания выделяют следующие торговые сети:

Выберите один или несколько правильных ответов
карго
комиссионные магазины
портфельная
с полным циклом обслуживания
предварительного выбора
интерактивная
стационарная

5. Фирма-франчайзер прежде всего должна:

Выберите один правильный ответ
производить уникальный товар / оказывать уникальную услугу
иметь собственный известный бренд
отличаться уникальным методом ведения бизнеса

6. Как называется длительность одного из периодов рекламной кампании?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

7. Расположите виды маркетинговых затрат согласно доле в общем объеме средств, которое на них тратится (начиная с самого затратного).

Расставьте в правильном порядке
спонсорство
выставки

дизайн
реклама
стимулирование сбыта

8. Что такое семплинг?

Выберите один правильный ответ

дополняющий товар по очень низкой цене при покупке главного товара

предоставление увеличенного срока гарантии на товар

бесплатное распространение образцов товара

предоставление скидки на новый товар, при условии, что покупатель предоставит взамен аналогичный, но старый товар (например, новый телевизор со скидкой в обмен на старый телевизор)

розыгрыш товаров, доступный только для владельцев клубной карты

9. Укажите способы распространения купонов:

Выберите один или несколько правильных ответов

через прессу

через упаковку товара

продажа в магазине

в магазине при входе

почтовая рассылка

разноска

10. Использовать купонаж рекомендуется:

Выберите один или несколько правильных ответов

в момент повторного выпуска товара на рынок, когда его сбыт переживает застой и необходимо расширить круг покупателей

на стадии разработки товара по этапам жизненного цикла

на стадии выпуска нового товара на рынок, когда необходимо побудить потребителей опробовать его

11. Эпоха интернет-маркетинга характеризуется следующими отличительными особенностями:

Выберите один или несколько правильных ответов

персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один-одному»

окончательный переход ключевой роли от производителей к потребителям

увеличение транзакционных и трансформационных издержек

глобализация сфер деятельности

12. Для потребителей электронный бизнес несет следующие выгоды:

Выберите один или несколько правильных ответов

расширение выбора товаров, поставщиков, цены, качества и других параметров

возможность сравнения предложений и обмена информацией с другими потребителями

возможность работать и совершать покупки из дома может снизить транспортные потоки и связанные с ними проблемы

возможность получения подробной и своевременной информации

круглосуточное обслуживание в любое удобное для потребителя время, без перерывов и выходных

а) Требование к оценочному средству:

Тест – это система контрольно-измерительных материалов специфической формы, определенного содержания, упорядоченных в рамках определенной стратегии предъявления, позволяющая качественно оценить структуру и эффективно измерить уровень знаний, умений и навыков по учебной дисциплине. Тестирование является одной из форм текущего контроля и позволяет проверить сформированный уровень знаний по дисциплине.

Тесты могут включать в себя:

– вопросы с единственным выбором;

– вопросы с множественным выбором;

- вопросы на соответствие;
- вопросы, связанные дополнением контекста и т.д.

б) Критерии оценивания:

Основным критерием эффективности усвоения учащимися содержания учебного материала считается коэффициент усвоения учебного материала, который определяется как отношение правильных ответов учащихся к общему количеству вопросов.

в) Описание шкалы оценивания:

- оценка «отлично» ставится при выполнении не менее чем 80% заданий;
- оценка «хорошо» ставится при выполнении не менее чем 70% заданий;
- оценка «удовлетворительно» ставится при выполнении не менее чем 60% заданий;
- оценка «неудовлетворительно» ставится при неправильном ответе более чем на 40% вопросов теста или невыполнении более чем 40% заданий.

Задачи и практические задания

1. Разработайте концептуальную модель принятия управленческих решений, основанную на инновационном маркетинге, для вашего предприятия. Какие уникальные плано-управленческие решения вы хотели бы внедрить, если бы вас назначили директором по маркетингу.

2. Продумайте мотивационные программы для развития организации и покажите, каким образом они будут способствовать рыночной устойчивости и получению синергии от маркетинговых усилий.

3. Постройте модель управления маркетингом услуг и выделите блоки, которые необходимо развить в вашей организации.

4. Продумайте бюджет (план компании) на будущий год. Выделите статьи расхода на коммерческую деятельность.

5. Опишите схему организационного построения службы материально-технического обеспечения промышленного предприятия. Покажите механизм выбора привлекательного поставщика.

6. Предложите маркетинговые решения по оптимизации ассортимента вашей организации.

7. На конкретном примере деятельности коммерческой фирмы проиллюстрируйте основные стратегии ценового маркетинга, а также назовите инструменты корректировки цены с учетом изменения рыночной среды.

8. Проведите круглый стол по теме «Влияние цены на поддержание потребительской цены товара. Стимулирование сбыта».

9. Разработайте программу социальной ориентации корпоративного бизнеса. Предложите и обоснуйте направления спонсирования и фандрайзинга.

10. Продумайте и разработайте программу внедрения стандартов мерчандайзинга в практику предприятия, на котором вы трудитесь.

11. На примере конкретного предприятия-производителя продумайте схему дилерской сети.

а) Требование к оценочному средству:

Практическое задание основано на практически значимых ситуациях и направлено на формирование у студентов профессиональных умений и навыков, умения действовать в условиях будущей профессиональной деятельности. При решении задания студент должен учитывать, что задание содержит две части: описание и специальные вопросы, формирующие необходимые умения и навыки. Прежде чем приступить к решению задания, следует внимательно ознакомиться с содержанием. Необходимо уяснить смысл задачи и условия, исходя из которых, нужно дать ответы на поставленные вопросы.

Общий алгоритм решения задачи можно изложить следующим образом:

- прочитать и понять текст задачи;
- определить тему, раздел, вопрос по которому составлена задача;
- провести анализ ситуации, описанной в задаче, и разрешить проблему.

б) Критерии оценивания:

При оценивании уровня сформированности компетенций учитывается правильность решения, полнота ответа, используемые источники, структурированность ответа и владение терминологией, ответ на вопросы к задаче, выполнение заданий. Решение должно быть самостоятельным и полным. Ответы на вопросы должны быть развернутыми и аргументированными, выводы логичны и точно сформулированы.

в) Описание шкалы оценивания:

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- правильно решил задачу;
- дал ответы на каждый из подвопросов, обосновав при этом ход своего решения;
- правильно выполнил все задания к задаче (при наличии);
- хорошо структурировал ответ, выбрал нужную информацию, отсеяв неинформативный материал;
- правильно использовал терминологию.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся:

- правильно решил задачу;
- дал краткие ответы на каждый из подвопросов, но при этом не обосновал ход своего решения;
- обосновал решение задачи, но оставил без внимания один из подвопросов задания, не раскрыл его;
- выполнил не все задания к задаче либо выполнил с ошибками (при наличии);
- подобрал материал, который не затрагивает темы задачи или не дает представление о позиции автора;
- использовал терминологию с ошибками.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- дал ответ не на все подвопросы задания;
- дал ответ на все подвопросы, но большинство ответов необоснованные или ошибочные;
- не представил выполненного задания к задаче (при наличии);
- не смог сделать должные выводы на основе имеющегося материала;
- не использовал терминологию или использовал с ошибками.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- не решил задачу;
- дал крайне короткий ответ, решил некоторые пункты задачи, при этом никак не обосновал свое решение, не выполнил задания

11. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями

Обучение по дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Содержание образования и условия организации обучения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения в действие / изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением кафедры экономики и бухгалтерского учета на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954	Протокол заседания кафедры экономики и бухгалтерского учета № 10 от «30» июня 2021 года	«30» июня 2021 года
2.	Актуализирована и введена в действие решением кафедры экономики и бухгалтерского учета на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954	Протокол заседания кафедры экономики и бухгалтерского учета № 10 от «30» июня 2022 года	«30» июня 2022 года
3.	Актуализирована и введена в действие решением кафедры экономики и управления на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954	Протокол заседания кафедры экономики и управления № 10 от «30» июня 2023 года	«30» июня 2023 года
4.	Актуализирована и введена в действие решением кафедры экономики и управления на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 954	Протокол заседания кафедры экономики и управления № 10 от 22.05.2024 г.	22.05.2024 г.
5.			