

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Ивановский филиал

Утверждено
на заседании совета Ивановского филиала
протокол № 1 от «28» 08 2014
Председатель совета Арфьева Н.Т.



Кафедра Коммерции, технологии и прикладной информатики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.9.2 *Оптовые продовольственные рынки*

Направление подготовки	38 . 03 . 06 Торговое дело
Направленность (профиль) программы	<u>Коммерция</u>
Уровень высшего образования	<u>Бакалавриат</u>
Программа подготовки	<i>Академический бакалавриат</i>

Рецензенты:

1. Вострова Анна Петровна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента Ивановского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

2. Лебедев Александр Викторович, директор ЗАО «Продукты «Торговая Лига» магазин №2

Цель дисциплины - формирование компетентного подхода в области организации оптово-посреднических предприятий; организации контроля и управления их деятельностью, материально-техническом обеспечении, особенностей организации поставок в торговле, приобретение умений в использовании экономических методов для принятия управленческих решений в оптово-посреднической деятельности.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

1. усвоение основных методов организации оптово-посреднической деятельности;
2. получение знаний об оптово-посреднических операциях;
3. освоение методов оценки деятельности оптово-посреднических организаций.
4. овладение методологией исследования финансово-экономической деятельности организации и эффективного управления ею, а также методами оценки эффективного управления финансовыми ресурсами организаций;
5. приобретение умений применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

Программа дисциплины «Оптовые продовольственные рынки» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Торговое дело» (профиль «Коммерция»).

Составитель: Воронин М.В., к.х.н., доцент кафедры Коммерции, технологии и прикладной информатики

(подпись)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Коммерции, технологии и прикладной информатики «_____» 2016 г.

Заведующий кафедрой _____ / к.э.н., доц. Е.С. Васильчук
(подпись)

Согласовано _____

МП

(подпись)

(ФИО представителя бизнес-сообщества или
государственных органов управления, должность и место работы)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры
Коммерции, технологии и прикладной информатики, протокол № ____ от « ____ »
_____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ (подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры
Коммерции, технологии и прикладной информатики, протокол № ____ от « ____ »
_____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ (подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры
Коммерции, технологии и прикладной информатики, протокол № ____ от « ____ »
_____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____ (подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель дисциплины- формирование компетентного подхода в области организации оптово-посреднических предприятий; организации контроля и управления их деятельностью, материально-техническом обеспечении, особенностей организации поставок в торговле, приобретение умений в использовании экономических методов для принятия управленческих решений в оптово-посреднической деятельности.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- усвоение основных методов организации оптово-посреднической деятельности;
- получение знаний об оптово-посреднических операциях;
- освоение методов оценки деятельности оптово-посреднических организаций;
- овладение методологией исследования финансово-экономической деятельности организации и эффективного управления ею, а также методами оценки эффективного управления финансовыми ресурсами организаций;
- приобретение умений применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Оптовые продовольственные рынки» входит в состав дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.9).

Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатель объема дисциплины	Всего часов	
	Очная ф.о.	Заочная ф.о.

Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
Объем дисциплины в часах	108	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	52	14
Объем аудиторной работы (всего)	48	14
в том числе:		
• лекции	16	4
• лабораторные занятия		10
• практические занятия	26	
Объем электронного обучения		
в том числе:		
• лекции		
• практические занятия		
Самостоятельная работа (всего)	60	90

Дисциплина основывается на знании следующей дисциплины: «Экономическая теория», «Коммерческая деятельность», «Организация, технология и проектирование предприятий».

Для успешного освоения дисциплины «Оптовые продовольственные рынки», студент должен владеть:

1. способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);
2. способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3).
3. владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9).

Изучение дисциплины «Оптовые продовольственные рынки» необходимо для изучения дисциплин «Документирование торговых операций», «Оборудование в торговле», выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-1 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате освоения компетенции ОПК-1 студент должен:

- 1. Знать:** основные требования информационной безопасности.
- 2. Уметь:** решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.
- 3. Владеть:** информационно-коммуникационными технологиями.

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

В результате освоения компетенции ПК-1 студент должен:

1. Знать: методы и показатели качества потребительских товаров.

2. Уметь: управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

3. Владеть: методами анализа ассортимента товаров.

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

В результате освоения компетенции ПК-3 студент должен:

1. Знать: методы маркетинговых исследований.

2. Уметь: выявлять потребности покупателей товаров.

3. Владеть: способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

ПК-7 - способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.

В результате освоения компетенции ПК-7 студент должен:

1. Знать: методы закупки и продажи товаров.

2. Уметь: организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий.

3. Владеть: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.

Формы контроля

Текущий и рубежный контроль осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия, в соответствии с тематическим планом.

Промежуточная аттестация в 7 семестре – зачет.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации входят в многобалльную (100-балльную) шкалу оценок знаний. Распределение баллов осуществляется в соответствии с «Положением о многобалльной (100-балльной) шкале оценки знаний при промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам, реализуемым на основе ФГОС ВО Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Оптовые продовольственные рынки» осуществляется в соответствии с Приложением 1.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
1	Тема1. Сущность и содержание	Понятие оптовой торговли и оптово-посреднических операций как специфического	ОПК-1; ПК-1, 3, 7	Знать: методологические основы разработки	Лекции, практ

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
	оптово-посреднических операций.	<p>направления деятельности в процессе товарного обращения. Цели, задачи и содержание деятельности оптовых торговых предприятий. Состояние и перспективы развития оптовой торговли в России. Субъекты оптовой торговой деятельности – оптовые организации (предприятия), их классификация по видам хозяйственной деятельности, характеру совершаемых операций, количественным параметрам, организационно-правовой форме, форме собственности. Объединения оптовых торговых организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в торговой деятельности. Торговые посредники, их классификация.</p>		<p>проектов в области реализации оптово-посреднических операций, создания оптово-посреднических предприятий, принятия решений по их размещению, использованию информационных технологий, обеспечивающих взаимодействие субъектов товародвижения, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов в области управления оптовой торговой организации и использования ее трудовых, материальных и финансовых ресурсов для реализации поставленных целей, основные методы выбора, формирования и оценки логистических схем и цепей для разработки схем товароснабжения торговых предприятий.</p> <p>Уметь: разрабатывать проекты по созданию каналов товародвижения, оценивать, с использованием методов функционально-</p>	<p>ические занятия, самостоятельная работа студентов, разбор конкретной ситуации (кейс-стадия), обсуждение рефератов, докладов, навыков тренинг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>стоимостного анализа, эффективность деятельности каналов товародвижения, при реализации проектов планировать и прогнозировать финансово-экономическую и хозяйственную деятельность, используя методы, позволяющие оптимизировать плановые задания и обеспечить максимальную прибыль при минимальных затратах, разрабатывать логистические схемы и цепи, обеспечивающие движения материального потока, с учетом материально-технической базы и территориального размещения участников оптово-посреднических операций, оценивать эффективность логистических процессов.</p> <p>Владеть: методами оценки проектов реализации оптово-посреднических операций, с учетом особенностей торговых и логистических процессов, реализуемых в</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>предприятию, навыками взаимодействия с другими участниками проекта по организации оптово-посреднической деятельностью организации, методологией (методиками, методами, инструментами) анализа и планирования логистической деятельности организации и умением выбрать и использовать такие из них, которые позволят разработать оптимальные, достоверные, реальные и обоснованные планы и прогнозы.</p>	
2	<p>Тема 2. Функции оптовых предприятий в процессе товарного обращения.</p>	<p>Исследование товарных рынков и торговой зоны. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования. Моделирование товарного ассортимента и ассортиментной политики оптового предприятия. Управление товарной номенклатурой. Подходы к выбору товаров при их закупке; определение объемов закупок, приемки и продаж продукции, их сущность и технология расчетов. Основные задачи закупки продовольственной продукции, ее завоза на склады предприятий оптовой торговли. Исследование рынков и реализация продукции.</p>	<p>ПК-1; ПК-1, 3, 7</p>	<p>Знать: методы анализа и моделирования, позволяющие решать профессиональные задачи в области планирования закупок, поставок, управления запасами, виды маркетинговых коммуникаций, методы исследования потребительского спроса, методы прогнозирования спроса, методы и способы ведения переговоров, оценки деловых партнеров,</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, разбор конкретной ситуации</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>виды договоров, виды товаросопроводительных документов, методы контроля выполнения закупок, поставок, виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, стратегии закупок и продаж, методы и системы управления запасами, организацию транспортировки товаров, их размещение на хранение, основные инновационные направления развития сбытовой деятельности на предприятиях, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов в области управления поставками и их реализации, методы оценки результативности проектов в управлении поставками.</p> <p>Уметь: использовать в практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа в целях оптимизации закупочной деятельности и организации поставок, анализировать маркетинговую информацию и</p>	<p>ции, обсуждение рефератов, докладов, навыков тренинг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>применять её для решения практических задач, собирать информацию по конъюнктуре рынка, прогнозировать потребительский спрос, определять уровень запасов на предприятии для удовлетворения потребительского спроса, формировать договоры поставок, формировать товаросопроводительные документы, контролировать выполнение закупок, поставок, определять потребности в материально-технических ресурсах, рассчитывать уровни запасов в звеньях товародвижения, выбирать вид и тип транспорта для организации перевозок грузов, формировать идею проекта, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами анализа с целью оптимизации процесса закупок, поставок, запасов и организации их</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				доставки потребителю, методами оценки потребительского спроса, расчета уровней запаса в различных звеньях товаропроводящей системы, заключения договоров и методами контроля их выполнением, методами планирования материальных ресурсов, управления запасами, организации доставки грузов с учетом типа транспортных средств, методами и инновационными технологиями в области управления поставок, методами планирования выполнения работ по проекту.	
3	Тема3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.	Коммерческие сделки на оптовом рынке продукции и услуг как объекты оптовой торговли. Правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Этапы и порядок проведения коммерческой сделки, их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), проведение переговоров и согласование условий расчетов, заключение и исполнение договора. Виды и назначение договоров (купли-продажи, поставки, контракт на поставку продукции для государственных нужд,	ОПК-1; ПК-1, 3, 7	Знать: методы анализа и моделирования, позволяющие решать профессиональные задачи в области планирования поставок, управления запасами, виды маркетинговых коммуникаций, методы исследования потребительского спроса, методы прогнозирования спроса, методы и способы ведения переговоров, оценки	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов; обсуждение докладов,

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
		<p>договор контрактации), заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами контрактации. Влияние договоров и коммерческих условий на уровень эффективности затрат и другие экономические показатели деятельности оптового предприятия.</p>		<p>деловых партнеров, виды договоров, виды товаросопроводительных документов, методы контроля выполнения поставок, виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, стратегии закупок и продаж, методы и системы управления запасами, организацию транспортировки товаров, их размещение на хранение, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов в области управления закупками и поставками и их реализации, методы оценки результативности проектов в управлении поставками.</p> <p>Уметь: использовать в практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа в целях оптимизации закупочной деятельности и организации поставок, анализировать маркетинговую информацию и применять её для решения практических задач,</p>	<p>рефератов; наглядный тренинг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>собирать информацию по конъюнктуре рынка, прогнозировать потребительский спрос, определять уровень запасов на предприятии для удовлетворения потребительского спроса, формировать задачи, необходимые для ведения переговоров, вести переговоры, формировать договоры поставок, формировать товаросопроводительные документы, контролировать выполнение поставок, определять потребности в материально-технических ресурсах, рассчитывать уровни запасов в звеньях товародвижения, выбирать вид и тип транспорта для организации перевозок грузов, формировать идею проекта, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами математического анализа с целью оптимизации</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>процесса закупок, поставок, запасов и организации их доставки потребителю, методами оценки потребительского спроса, расчета уровней запаса в различных звеньях товаропроводящей системы, методами убеждения потребителей, методами оценки деловых партнеров, ведения переговоров, заключения договоров и методами контроля их выполнением, методами планирования материальных ресурсов, управления запасами, организации доставки грузов с учетом типа транспортных средств, методами и инновационными технологиями в области управления закупками и поставками, методами планирования выполнения работ по проекту.</p>	
4	Тема 4. Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции и закладка ее на хранение.	Организация и планирование закупок продукции; организация завоза. Оформление документации для сопровождения продукции. Коммерческие расчеты: способы и формы расчетов, их влияние на финансовую устойчивость оптового предприятия. Приемка	ОПК-1; ПК-1, 3, 7	Знать: методы анализа и моделирования, позволяющие решать профессиональные задачи в области планирования закупок и поставок, управления запасами,	Лекции, практические занятия, самостояте

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
		<p>продукции по количеству и качеству. Документирование приемки. Способы перевозки продукции; потери продукции при перевозках и хранении в пределах установленных норм.</p>		<p>виды маркетинговых коммуникаций, методы исследования потребительского спроса, методы прогнозирования спроса, методы и способы ведения переговоров, оценки деловых партнеров, виды договоров, виды товаросопроводительных документов, методы контроля выполнения поставок, виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, стратегии закупок и продаж, методы и системы управления запасами, организацию транспортировки товаров, их размещение на хранение, основные инновационные направления развития сбытовой деятельности на предприятиях, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов в области управления закупками и поставками и их реализации, методы оценки результативности проектов в управлении поставками.</p> <p>Уметь: использовать в</p>	<p>льная работа студентов; обсуждение докладов, рефератов, навыковый тренинг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа в целях оптимизации закупочной деятельности и организации поставок, прогнозировать потребительский спрос, определять уровень запасов на предприятии для удовлетворения потребительского спроса, формировать товаросопроводительные документы, контролировать выполнение закупок и поставок, определять потребности в материально-технических ресурсах, рассчитывать уровни запасов в звеньях товародвижения, выбирать вид и тип транспорта для организации перевозок грузов, с учетом их специфики, формировать идею проекта по организации закупок, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами анализа с целью оптимизации</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>процесса закупок и поставок, запасов и организации их доставки потребителю, методами оценки потребительского спроса, расчета уровней запаса в различных звеньях товаропроводящей системы, методами контроля выполнения поставок, методами планирования материальных ресурсов, управления запасами, организации доставки грузов с учетом типа транспортных средств, особенностей их загрузки, методами и инновационными технологиями в области управления поставок, методами планирования выполнения работ по проекту.</p>	
5	Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация продукции розничным предприятиям.	<p>Оптовый товароборот. Понятие и виды. Анализ и планирование объема, структуры и состава оптового товарооборота. Источники товарного обеспечения оптового товарооборота, система и порядок реализации. Специфика планирования объема оптового товарооборота и его структуры. Товароборот оптово-складской и транзитный; с участием в расчетах и без участия в расчетах. Расчет планов закупок и завоза продукции. Торговое обслуживание предприятий</p>	<p>ПК-1; ПК-1, 3, 7</p>	<p>Знать: методы анализа и планирования товарооборота, позволяющие решать профессиональные задачи в области планирования товарооборота, методы исследования потребительского спроса, методы прогнозирования товарооборота, методы контроля выполнения планов по</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов; деловая</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
		розничной торговли. Формирование заказов на продукцию; комплектование заказов; доставка продукции предприятиям по количеству и срокам в соответствии с заключенным договором.		<p>товарообороту, виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, стратегии закупок и продаж, методы и системы управления товарооборотом, основные инновационные направления развития сбытовой деятельности на предприятиях, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов в области управления товарооборотом и их реализации, методы оценки результативности проектов в управлении оптовыми операциями.</p> <p>Уметь: использовать в практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа в целях оптимизации товарооборота, закупочной деятельности и организации поставок, прогнозировать потребительский спрос и на его основе товарооборот, определять уровень запасов на предприятии для удовлетворения потребительского</p>	игра, обсуждение докладов, рефератов, навыков тренинг

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>спроса, контролировать выполнение поставок, определять потребности в материально-технических ресурсах, рассчитывать уровни запасов в звеньях товародвижения, выполнение товарооборота, формировать идею проекта по увеличению или оптимизации товарооборота, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами анализа с целью оптимизации товарооборота, процесса закупок и поставок, запасов и организации их доставки потребителю, методами оценки потребительского спроса, расчета уровней запаса в различных звеньях товаропроводящей системы, методами планирования товарооборота, материальных ресурсов, управления запасами, методами и инновационными</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				технологиями в области управления товарооборотом, методами планирования выполнения работ по проекту.	
6	Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.	Основы построения процесса товародвижения, понятие и сущность товародвижения. Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения.	ОПК-1; ПК-1, 3, 7	Знать: методы анализа и моделирования процессов товародвижения, позволяющие решать профессиональные задачи в области планирования закупок, поставок, управления запасами в звеньях товародвижения, методы контроля выполнения закупок, поставок, виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, стратегии закупок и продаж, методы и системы управления товародвижения, основные инновационные направления развития товародвижения на предприятиях, методы управления проектной деятельностью в области товародвижения, этапы разработки проектов в области управления каналами товародвижения и их реализации, методы оценки	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, навыки тренинг, обсуждения докладов, рефератов

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>результативности проектов в управлении поставками.</p> <p>Уметь: использовать в практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа в целях оптимизации каналов товародвижения, собирать информацию по конъюнктуре рынка, прогнозировать потребительский спрос, определять уровень запасов на предприятии для удовлетворения потребительского спроса, формировать задачи, связанные с каналами товародвижения, определять потребности в материально-технических ресурсах в звеньях товародвижения, формировать идею проекта создания каналов товародвижения, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами оптимизации каналов</p>	

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>товародвижения, расчета уровней запаса в различных звеньях товаропроводящей системы, методами планирования материальных ресурсов каналов товародвижения, управления запасами в звеньях каналов распределения, методами и инновационными технологиями в области управления каналами товародвижения, методами планирования выполнения работ по проектам создания каналов товародвижения.</p>	
7	Тема 7 Инновационные технологии в оптовой торговле.	Инновационная деятельность оптового предприятия. Инновационный бизнес в оптовой торговле.	ОПК-1; ПК-1, 3, 7	Знать: современные направления инновационной деятельности предприятий оптовой торговли, современные виды систем товародвижения, виды и формы материально-технического снабжения, современные стратегии закупок и продаж, методы и системы управления запасами, современные методы организацию транспортировки товаров, их	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, обсуждения докладов, рефератов, дискуссии

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Форми руемые компет енции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образ овате льны е техно логии
				<p>размещение на хранение, основные инновационные направления развития закупочной и сбытовой деятельности на предприятиях, методы управления проектной деятельностью, этапы разработки проектов по внедрению инновационных технологий и их реализации, методы оценки результативности проектов при внедрении инновационных технологий, информационное обеспечение оптовых предприятий.</p> <p>Уметь: использовать в практической деятельности методы функционально-стоимостного анализа для оценки инновационных технологий товародвижения, определять потребности в материально-технических ресурсах для внедрения инновационных технологий, выбирать современные виды и типы транспорта для организации перевозок грузов, формировать идею проекта для</p>	<p>ссия, навык овый трени нг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
				<p>внедрения инновационных технологий, определять ресурсы, необходимые для его реализации, планировать выполнение работ, связанных с выполнением проекта по использованию инновационных технологий и его внедрения.</p> <p>Владеть: методами анализа оценки внедрения инновационных технологий, методами и инновационными технологиями в области управления закупки и поставок, методами планирования выполнения работ по проекту.</p>	

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Оптовые продовольственные рынки» используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях, выполняются практические задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, работа с литературой, с нормативными документами, работа по написанию реферата, подготовке доклада.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- навыковый тренинг;

- разбор конкретных ситуаций (на основе кейс-метода);
- деловые игры;
- обсуждение подготовленных рефератов, докладов.

- указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- групповые дискуссии и проекты;
- коллоквиумы, защита практических работ и блиц-опросы по результатам освоения разделов и тем дисциплины.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

федеральные законы и нормативные документы
ГК РФ, часть 3.

основная литература:

1. Диянова, С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учеб. пособие / С. Н. Диянова, Н. И. Денисова. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
2. Коробейникова, Е. В. Управление оптово-посредническими операциями [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Коробейникова. - Кемерово, 2016. - 143 с. - Режим доступа: <http://kemerovo.gea.ru/vtt>
3. Оптовая торговля : учеб. пособие / Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, С. С. Шипилова. - М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. - 96 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
4. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учеб. / Ф. П. Половцева. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>

дополнительная литература:

1. Боровинский, Д. В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов) [Электронный ресурс] : моногр. / Д. В. Боровинский, В. В. Куимов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. – 172 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
2. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности: моногр. / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков. – Красноярск : СФУ, 2015. - 160 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
3. Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 255 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
4. Экономика торговли [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под общ. ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевич. - Минск: Высшейш. шк., 2012. - 559 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
5. Яковлев, Г. А. Основы коммерции: учеб. пособие / Г. А. Яковлев. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 224 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>

журналы:

- [Журнал "Маркетинг в России и за рубежом"](http://www.dhl.ru/publish/ru/ru.high.html). <http://www.dhl.ru/publish/ru/ru.high.html>
 Журнал "Практический маркетинг". <http://www.cfin.ru/press/practical/>
 Журнал "Маркетинг и маркетинговые исследования". <http://grebennikon.ru/journal-3.html>
 РБК. <http://www.rbc.ru/>

“Российская торговля”. <http://ros-torg.net/>

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Интернет - ресурсы:

www.adwertology.ru

www.marketing.ru

www.rectech.ru

www.4p.ru

www.pcweek.ru

www.cfin.ru

www.marketing.spb.ru

www.e-xecutive.ru/workshop

www.tacisinfaru.ru/case

www.sostav.ru

www.marketingandresearch.ru

www.cfin.ru/marketing/bain_size.pdf

www.dis.ru/im/marketing

www.cfin.ru/marketing/bain_optimize.pdf

программное обеспечение

MicrosoftPowerPoint, VensimPle

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема 1. Сущность и содержание оптово-посреднических операций.

Литература: О-1;Д-1; Д-2; Д-3; НД-1; НД-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.
2. Какие вы знаете формы и методы оптовой торговли? Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия, оказывающего полный набор услуг.
3. Проанализируйте сущность и составные элементы товарной политики оптового предприятия.
4. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях?
5. Какие виды операций реализуют предприятия оптовой торговли.
6. Торговые посредники и их классификация.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Организационно-экономические характеристики разных типов предприятий оптовой торговли.
2. Процесс управления коммерческой деятельностью оптового предприятия.
3. Информационное обеспечение деятельности оптового предприятия

Задания для работы на практическом занятии:

Навыковый тренинг «Определение оптовой цены товара»

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

Навыковый тренинг «Определение оптовой цены товара при условии увеличения прибыли и снижения затрат»

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

Ситуационная задача «Принятие решения о реструктуризации отдела сбыта»

Новое предприятие, выпускающее продукцию небольшой номенклатуры, имеющую большой спрос, работает на внутреннем рынке всего 3 года. Годовой объем сбыта составляет 120 млн. руб. в год. На экспорт продукция не поставляется. Каждый год объем сбыта продукции увеличивается на 70-80%. Отдел сбыта предприятия состоит из небольшой группы соратников (в количестве 6 человек) под руководством самого предпринимателя. Отношения внутри отдела сбыта являются неформальными и основаны на взаимном согласовании. Координация деятельности осуществляется посредством стандартизации квалификаций. Нет никакой необходимости в контроле. Поскольку отсутствует стандартизация процессов, незначительна и административная надстройка, поэтому начальник отдела сбыта не имеет заместителей. Такая структура отдела сбыта может быть характерна для молодых, развивающихся предприятий.

Сможет ли организационная структура и численность персонала отдела сбыта оставаться без изменения при увеличении объема сбыта до 100млрд. руб. в год? Подготовьте обоснование своих выводов.

Если вы считаете, что рост объема сбыта продукции до 100 млрд. руб. в год потребует реорганизовать отдел сбыта предприятия, то попытайтесь сформировать новую организационную структуру этого отдела.

Укажите подразделения в составе отдела сбыта, назовите их функции.

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 2. Функции оптовых предприятий в процессе товарного обращения.

Литература: О-1;Д-1; Д-2; Д-3; НД-1; НД-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Основные функции оптовой торговли.
2. Функции оптовых предприятий с полным обслуживанием.
3. Функции оптовых предприятий с ограниченным обслуживанием.
4. Функции, выполняемые дистрибьюторами.
5. Функции агентов и брокеров.
6. Функции, выполняемые дилерами.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Организация коммерческой работы предприятия оптовой торговли в сфере закупок.
2. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.
3. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.
4. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров на предприятии оптовой торговли с использованием инструментов маркетинга.

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

Задания для работы на практическом занятии:

Ситуативная задача «Организация системы сбыта с учетом особенностей рынка сбыта»

Американская компания, производитель недорогой обуви, приняла решение о выявлении возможности выхода на индийский рынок. По результатам кабинетных исследований выяснилось, что в Индии розничная торговля обувью находится в основном в руках независимых торговцев, которым принадлежит около 60% розничной торговли в городах и около 90% в сельской местности. Около 40% городской торговли обувью осуществляется через магазины различных компаний. Объем продаж в сельской местности значительно ниже из-за бедности населения. Конкуренция на индийском рынке обуви наблюдается в основном между национальными фирмами, причем они поставляют обувь достаточно высокого качества лишь в городские регионы. Роль иностранных фирм на этом рынке пока не столь уж заметна и в целом по качеству обувь американской компании значительно выше, чем продукция большинства других фирм.

Изучая возможности транспортировки, служба маркетинга компании пришла к заключению, что воздушные перевозки из-за высокой стоимости фрахта самолета значительно повысят продажную цену обуви, поэтому предпочтительнее доставка морем, из Нью-Йорка до Бомбея. Из-за ограниченности объема оборотного капитала у индийских оптовиков придется оплачивать транспортировку и проводить инвентаризацию товара до поступления его на склад оптовика. После размещения на складе индийский оптовый торговец сможет отгружать товар другим независимым оптовикам или розничным торговцам по мере поступления заказов. Сети сбыта бомбейских оптовиков покрывают большую часть индийского рынка. Продажи производятся как другим оптовикам, так и розничным торговцам пятнадцати крупнейших городов Индии.

Обычный магазин в городском регионе представляет собой место повышенного интереса, поскольку у подавляющего большинства покупателей нет возможности добраться до других магазинов вне места их проживания.

Самообслуживание в магазинах используется редко. В мелких магазинах обычно один служащий ожидает покупателя, другой выписывает счет, а третий упаковывает товар. Причем последнее не всегда имеет место.

Компания, получив лицензию на экспорт в Индию, провела переговоры с одним из бомбейских оптовиков. Однако до принятия окончательного решения президент компании считает, что необходимо более детально изучить все спорные вопросы сбыта, которые могут оказаться важными для компании.

Вопросы и задания

1. Какие типы каналов сбыта были выбраны специалистами компании и является ли этот выбор наилучшим?
2. Какие характеристики сбытовой сети следовало бы использовать при оценке возможных деловых отношений компании с бомбейскими оптовиками?
3. Какие вопросы могут оказаться наиболее сложными при управлении каналами сбыта и как ими следует управлять?

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3; НД-1; НД-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
2. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров предприятием оптовой торговли.
3. Организация коммерческой работы предприятия оптовой торговли в сфере закупок.
4. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.
5. Виды договоров, заключаемые оптовыми предприятиями.
6. Условия расчетов с поставщиками.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Коммерческие сделки на оптовом рынке продукции и услуг как объекты оптовой торговли.
2. Правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений.
3. Этапы и порядок проведения коммерческой сделки, их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), проведение переговоров и согласование условий расчетов, заключение и исполнение договора.
4. Виды и назначение договоров (купли-продажи, поставки, контракт на поставку продукции для государственных нужд, договор контрактации), заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг.
5. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами контрактации.
6. Влияние договоров и коммерческих условий на уровень эффективности затрат и другие экономические показатели деятельности оптового предприятия.

Задания для работы на практическом занятии.

Навыковый тренинг «Определение результатов деятельности предприятия оптовой торговли по товарам в рублях за месяц»

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

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 4 Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции и закладка ее на хранение.

Литература: О-2; О-3; Д-1; Д-3.

Вопросы для самопроверки:

1. Методы планирования закупок.
2. Нормативная документация, регламентирующая процессы приемки товара.
3. Особенности приемки продукции по количеству.
4. Особенности приемки продукции по качеству.
5. Формы активирования некачественной продукции.
6. Особенности закладки продукции на хранение.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Организация и планирование оптовых закупок продукции; их эффективность на рынке.
2. Способы и формы расчетов, их влияние на устойчивость оптового предприятия.
3. Документация, сопровождающая грузы, оформляемая при их приемке.
4. Размещение товаров на складе. Условия хранения и значение хранения товаров.

Задания для работы на практическом занятии

Навыковый тренинг «Определение объема закупок товаров»

Определите объем закупки товара предприятием оптовой торговли, если точно известны по заключенным контрактам количество(100) и сроки выполнения заказа покупателя - 14 дней. Товар является дорогостоящим и стоимость складских издержек высока, уровень запасов на складе должен быть всегда минимальным и равным 300.

Движение	Дата	Приход	Расход	Накопление
Уровень запасов		200		200
Предложение по товару	7/02/2016			300
Предложение по товару	14/02/2016			
Заказ	14/02/2016		100	300

Ситуационная задача «Организация системы товароснабжения торговой сети»

Розничные предприятия (магазины), входящие в торговую сеть «Колибри» на основании глубокого, всестороннего изучения спроса и анализа в соответствии потребностей населения осуществляют оптовые закупки товаров у поставщиков-изготовителей и поставщиков-посредников, которые находятся в городе Кемерово и Кемеровской области. В свою очередь поставщики подразделяются на:

- а) одногородних поставщиков;
- б) иногородних поставщиков.

Между магазинами города и поставщиками заключены договоры поставки, купли-продажи, а также посреднические договоры на оказание услуг. В процессе товародвижения от производителя до магазина, товары проходят соответственно каналы, которые подразделяются на прямые и косвенные, образуя на своем пути звенность товародвижения. Поставщиками продовольственных товаров для торговой сети «Колибри» являются различные предприятия оптовой торговли продовольственными товарами, в частности, «Кемеровский хладокомбинат», хлебозаводы ООО «Империя МОКС», гормолзавод, завод по производству безалкогольных напитков ООО «Юсил» (г. Юрга), предприятие по производству колбасных изделий ИП Волков А.П. и ряд других. Товарные группы, по которым необходимо организовать товароснабжение:

- кондитерские товары в ассортименте;
- сахар;
- напитки безалкогольные;
- консервы мясные в ассортименте;
- консервы овощные;
- молоко и молочные продукты;
- крупы в ассортименте;
- макаронные изделия;
- колбасные изделия;
- хлеб и хлебобулочные изделия.

Возможные схемы завоза товаров в магазины.

Схема 1: предприятие оптовой торговли – распределительный склад РТП – магазин.

Схема 2: предприятие оптовой торговли – магазин.

Схема 3: предприятие промышленности – распределительный склад РТП – магазин.

Схема 4: предприятие промышленности – магазин.

Основная часть грузов, как правило, поступает в розничную торговую сеть со складов предприятий торговли. Однако некоторые товары могут поступать в магазин транзитом. Ассортимент кондитерских изделий и круп закупает у оптовиков, завозится на склад распределительного центра, а затем доставляется в магазины.

Необходимо выбрать для различных групп товаров форму товароснабжения и схемы товароснабжения и результаты занести в таблицу.

Таблица Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть

Наименование товарной группы	товарной группы	Форма товароснабжения	Схема завоза и её описание
Кондитерские	товары в ассортименте		
и т. д.			

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация продукции розничным предприятиям.

Литература: О-1; О-3; Д-1

Вопросы для самопроверки:

1. Финансово-экономические показатели коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Понятие оптового товарооборота, сущность, виды и классификация.
3. Особенности и стадии планирования оптового товарооборота.
4. Методы планирования оптового товарооборота.
5. Прибыль, как обобщающий показатель, её анализ и планирование.
6. Нормирование товарных запасов.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Сущность оптового товарооборота.
2. Методы планирования оптового товарооборота.
3. Коэффициент звенности оптового товарооборота и пути его оптимизации.

Задания для работы на практическом занятии

Навыковый тренинг «Расчет индекса сезонных колебаний товарооборота оптового предприятия»

По данным, приведенным в таблице, рассчитайте индекс сезонных колебаний товарооборота оптового предприятия и примите решения по организации закупок товаров.

Таблица. Показатели товарооборота оптового предприятия, млн. руб.

Годы	1	2	3
Кварталы			
I	35,9	37,2	36,3
II	36,5	36,6	37,9
III	36,8	38,0	41,7
IV	37,3	39,1	43,3
T_{cp}			

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.

Литература: О-1; О-3; Д-1

Вопросы для самопроверки:

1. Управление каналами товародвижения.
2. Основы построения процесса товародвижения: понятие и сущность.
3. Принципы и формы товародвижения, каналы распределения, их выбор.
4. Функции, реализуемые оптовыми посредниками, в процессе товародвижения.
5. Оценка эффективности каналов товародвижения.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов, докладов:

1. Организация оптовой реализации и торгового обслуживания предприятий розничной торговли через оптовые рынки и распределительные центры.
2. Товародвижение; сущность процесса, условия рационального построения товародвижения.
3. Принципы и формы товародвижения, каналы распределения, их выбор.

Задания для работы на практическом занятии.

Навыковый тренинг «Принятие решения по выбору канала распределения на основе оценки эффективности канала».

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи) по следующим условиям:

1. канал нулевого уровня:
 - расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;
 - издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;
 - прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
2. одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):
 - издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;
 - прибыль = 318 тыс. руб.;
3. двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):
 - издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;
 - прибыль = 120 тыс. руб.

Навыковый тренинг «Определение коэффициента звенности товародвижения»

Определите коэффициент звенности товародвижения, если валовый товарооборот составил 300 млн. руб., а чистый товарооборот составил 120 млн. руб. Как изменится коэффициент звенности, если уровень товарных запасов в оптовом звене уменьшился на 15 млн. руб., а в розничном звене он вырос на 40 млн. руб.

Ситуативная задача «Принятие решения по объединению торговых сетей с использованием индекса Херфиндаля-Хиршмана»

На рынке Кемеровской области действуют 14 торговых сетей, включая торговую сети «Кора» и «Холлидей». Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 (Кора) – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 (Холлидей) – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если Кора и Холлидей захотят объединиться, с возможностью создания общего оптово распределительного центра, то должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана определяется как:

$$HNI = \sum_{i=1}^n d_i^2,$$

где d_i - доля каждой фирмы на рынке.

Обсуждение рефератов, докладов

Тема 7. Инновационные технологии в оптовой торговле.

Литература: О-1; О-3; Д-1

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие инновации, примеры инноваций в оптовой торговле.
2. Виды, типы и классификация инноваций.
3. Информационные инновации в оптовой торговле.
4. Автоматизация обработки информации с товародвижением для формирования ассортимента, регулирования товарных запасов, и для выполнения заказов покупателей.
5. Формирование и выбор инновационных технологий, внутренний контроль за реализацией инноваций на предприятии розничной торговли.

6. Оценка экономической эффективности коммерческих инноваций.

Задания для самостоятельной работы:

1. Работа с основной и дополнительной литературой: подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию.
2. Сбор информации и написание реферата, доклада

Тематика рефератов и докладов:

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.
3. Инновационные технологии доставки грузов потребителям.
4. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах и России.

Задания для работы на практическом занятии:

Навыковый тренинг «Оценка экономических показателей после внедрения инноваций в оптовом предприятии»

Оптовое предприятие в 2015 г. реализовало инновационные проекты в своей деятельности, что позволило улучшить его экономические показатели. На основе приведенных данных в таблице определите изменения показателей работы предприятия и сделайте выводы, насколько изменились эти показатели.

Таблица. Экономические показатели предприятия до и после внедрения инноваций

№ п/п	Наименование показателя	2013г	2014г	2015г (внедрение инновационных технологий)
1	Объём т/о, руб.	21,250,000	27,826,000	30,826,000
2	Валовый доход, руб.	9,562,500	12,521,700	13,871,700
3	НДС, %	15.25	15.25	15.25
4	Издержки обращения, всего	6,020,125	7,546,411	8,360,011
5	Валовая прибыль, руб.	469,625	731,824	810,724
6	Налог на прибыль, 24 %	112,710	175,638	194,574
7	Чистая прибыль	356,915	556,186	616,150

Обсуждение рефератов, докладов.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Библиотечный фонд Ивановского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова;
2. мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций;
3. компьютерный класс с выходом в Интернет;
4. Лаборатория товароведения.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения (часы)	Формы текущего/рубежного контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего			
1	Тема 1. Сущность и содержание оптово-посреднических операций.	2	4	-	6	9 (Лит, НД, Р)	2(разбор конкретной ситуации, навыков и тренинг)	Тестирование
2	Тема 2. Функции оптовых предприятий в процессе товарного обращения.	2	4	-	6	9 (Лит, Р)	2 (разбор конкретной ситуации, навыков и тренинг)	Тестирование
3	Тема 3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.	2	4	-	6	7 (Лит, НД, Р)	2(обсуждение докладов, рефератов; навыков и тренинг, деловая игра)	Тестирование
4	Тема 4. Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции и закладка ее на хранение.	2	4	-	6	9 (Лит, Р, НД.)	2(обсуждение докладов, рефератов, навыков и тренинг)	Тестирование
5	Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация	4	4	-	8	8 (Лит, Р)	2 (разбор конкретной ситуации, навыков и тренинг)	Тестирование

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения (часы)	Формы текущего/рубежного контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего			
	продукции розничным предприятиям.							
6	Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.	2	4		6	9(Лит, Р)	2 (разбор конкретной ситуации, навыков и тренинг)	
7	Тема 7. Инновационные технологии в оптовой торговле.	2	2	-	6	9 (Лит, Р)	(обсуждение докладов, рефератов)	Тестирование
Итого:		16	26	-	42	60	12	-
Контроль		-	-	-	-	-	-	Зачет
Всего по дисциплине		16	26	-	42	60	12	144

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения (часы)	Формы текущего/рубежного контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего			
1	Тема 1. Сущность и содержание оптово-посреднических операций.	1	2	-	3	17 (Лит, НД, Р)		Тестирование
2	Тема 2. Функции оптовых предприятий в процессе товарного обращения.	1	-	-	1	17 (Лит, Р)		Тестирование
3	Тема 3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.	-	2	-	2	18 (Лит, НД, Р)		Тестирование
4	Тема 4. Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции и закладка ее на хранение.	-	2	-	2	18 (Лит, Р, НД.)		Тестирование
5	Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация продукции	1	2	-	3	13 (Лит, Р)		Тестирование

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения (часы)	Формы текущего/ рубежного контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего			
	розничным предприятиям.							
6	Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.	1	-		1	8(Лит, Р)	2 (разбор конкретной ситуации, навыковый тренинг	
7	Тема 7 Инновационные технологии в оптовой торговле.	-	-	-	-	7 (Лит, Р)		Тестирование
Итого:		4	6	-	10	98	2	-
Контроль		-	-	-	-	-	-	Зачет
Всего по дисциплине		4	6	-	10	98	2	108

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».
(Фонд оценочных средств хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины)

- a. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. таблицу раздела II)**
- b. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. таблицу раздела II и раздел VIII)**

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

- **Тематика курсовых работ**
- Курсовая работа по дисциплине «Оптовые продовольственные рынки» не предусмотрена.

Вопросы к зачету:

1. Планирование на торговом предприятии. Цели и задачи деятельности оптового торгового предприятия.
2. Классификация предприятий оптовой торговли по характеру деятельности, размеру, формам собственности, месту, занимаемому на рынке, и др. признакам.
3. Предприятия оптовой торговли – виды, типы, функции. Особенности развития оптовой торговли на современном этапе.
4. Оборотные средства предприятий оптовой торговли: их состав, структура, источники образования. Анализ.
5. Показатели эффективности использования оборотных средств.
6. Расчет потребности в оборотных средствах.
7. Влияние размера оборотных средств на финансовую устойчивость и эффективность деятельности предприятия.
8. Государственное регулирование деятельности торгового предприятия.
9. Виды оптового товарооборота, их особенности.
10. Показатели деятельности оптового предприятия.
11. Ценовая стратегия предприятия оптовой торговли, ее специфика по сравнению с политикой товаропроизводителя.
12. Принципы формирования ценовой стратегии оптового торгового предприятия.
13. Торговая надбавка как основной источник доходов оптового торгового предприятия.
14. Дифференциация и расчет торговых надбавок.
15. Планирование деятельности предприятия: состав типового плана экономического и социального развития оптового торгового предприятия.
16. Анализ и планирование оптового товарооборота оптового предприятия. Состав плана. Основные методы планирования.
17. Информация для анализа и планирования; ее виды.
18. Закономерности развития оптового товарооборота.
19. Взаимосвязь и взаимозависимость показателей оптового товарооборота.
20. Товарные запасы в оптовой торговле – их виды, функции и назначение.
21. Показатели товарооборачиваемости; товарные запасы в оптовой торговле. Пути ее ускорения.
22. Нормирование товарных запасов. Расчет норм и нормативов.
23. Состав затрат в оптовой торговле. Методика анализа накладных расходов (издержек) обращения.
24. Экономическое обоснование плана издержек обращения в целом по предприятию и по основным статьям расходов.
25. Формы и системы оплаты труда, используемые на предприятиях оптовой торговли.
26. Фонд оплаты труда, его расчет и обоснование при различных формах и системах оплаты труда.
27. Стимулирование работников оптового предприятия.
28. Валовой доход оптового предприятия; источники его образования; факторы, влияющие

- на величину валового дохода.
29. Планирование прибыли на предприятии оптовой торговли. Точка безубыточности.
 30. Понятие рентабельности предприятия. Система показателей рентабельности. Их экономическая интерпретация.
 31. Основные направления использования прибыли предприятия.
 32. Финансовый план предприятия: понятие, состав, расчет основных статей.
 33. Капиталовложения: источники образования и пути повышения эффективности их использования.
 34. Инновации в предприятиях оптовой торговли: виды и классификация.
 35. Информационные инновации в оптовой торговле.
 36. Экономическая оценка инноваций.
 37. Основные средства, их сущность, значение и структура.
 38. Состав затрат в оптовой торговле. Методика анализа накладных расходов (издержек) обращения.
 39. Показатели, характеризующие финансовое состояние оптового предприятия, методика их расчета.
 40. Организация и планирование оптовых закупок продукции; их эффективность.
 41. Организация перевозок продукции, роль транспортных средств в сохранности качества и количества продукции в разных видах транспорта.
 42. Способы и формы расчетов, их влияние на устойчивость оптового предприятия.
 43. Документация, сопровождающая грузы, оформляемая при их приемке.
 44. Размещение товаров на складе.
 45. Условия хранения и значение хранения товаров.
 46. Торговое обслуживание предприятий розничной торговли.
 47. Принципы и формы товародвижения, каналы распределения, их выбор.
 48. Организация оптовой реализации и торгового обслуживания предприятий розничной торговли через оптовые рынки и распределительные центры.
 49. Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли.
 50. Структура аппарата предприятия оптовой торговли, функции работников.
 51. Нормирование товарных запасов. Расчет норм и нормативов.
 52. Сущность и значение материальных затрат оптового предприятия.
 53. Анализ и планирование накладных расходов.
 54. Задачи и функции оптовой торговли.
 55. Анализ и планирование экономических показателей оптовых предприятий.
 56. Организация, планирование закупок и реализации продукции.
 57. Товародвижение; сущность процесса, условия рационального построения товародвижения.
 58. Организация закупок, анализ и порядок составления планов. Факторы, влияющие на выполнение планов.
 59. Порядок заключения договоров поставки и купли-продажи.
 60. Ценообразование в оптовой торговле, формирование закупочных и оптово-отпускных цен; порядок расчетов с поставщиками.

Тесты для контроля остаточных знаний

Современные тенденции развития процесса снабжения можно выразить как:

- а) управленческий акцент;
- б) стратегия закупок;
- в) интеграция в корпоративную стратегию;
- г) минимизация затрат на снабжение.

2. Повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия посредством управления функцией снабжения может осуществляться при помощи следующих действий:

- а) борьба с инфляцией путем сопротивления нежелательному росту цен;
- б) существенное сокращение денежных инвестиций в запасы сырья путем улучшения планирования и выбора поставщика;
- в) влияние на взаимоотношения между различными структурными подразделениями предприятия в процессе распределения материально-технических ресурсов;
- г) влияние на увеличение выпуска продукции и всего процесса производства путем установления отношений на самой ранней стадии между продавцами и покупателями ради достижения взаимной выгоды.

3. Повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия посредством управления функцией снабжения может осуществляться при помощи следующих действий:

- а) улучшение качества закупаемой продукции и комплектующих, с тем чтобы улучшить качество и своевременность выпуска конечной продукции/предоставления услуг;
- б) увеличение составляющей материально-технических ресурсов в себестоимости производимой продукции;
- в) влияние на взаимоотношения между различными структурными подразделениями предприятия в процессе распределения материально-технических ресурсов;
- г) влияние на увеличение выпуска продукции и всего процесса производства путем установления отношений на самой ранней стадии между продавцами и покупателями ради достижения взаимной выгоды.

4. Задачи функции снабжения можно рассматривать в следующих аспектах:

- а) нормативном;
- в) стратегическом;
- г) операционном;
- д) поведенческом.

5. К вопросам логистики в оптово-посреднических операциях относятся:

- а) оптимизация денежных потоков предприятия;
- б) оптимизация обработки заказов, складирования, оптимизации товарных запасов и транспортных потоков;
- в) выбор поставщиков;
- г) знание рынка поставщиков.

6. Проводимые на предприятии закупки:

- а) влияют на конкурентоспособность/удовлетворение запросов клиента;
- б) влияют на разработку социальной политики;
- в) не влияют на себестоимость продукции;
- г) не требуют систематизированного подхода.

7. Риск в процессе закупок возрастает при следующих условиях:

- а) размещение заказа у неизвестного и непроверенного поставщика;
- б) размещение пробного заказа;
- в) увеличение стоимости изделий;
- г) поиск дополнительной информации.

8. Риск в процессе закупок уменьшается при следующих условиях:

- а) размещение заказа у неизвестного и непроверенного поставщика;
- б) размещение пробного заказа;
- в) увеличение стоимости изделий;
- г) покупка неизвестного сырья, изделий или оборудования.

9. При оценке потенциальных источников закупок наиболее важными факторами являются:

- а) технические и инженерные возможности, производственный или дистрибьюторский

потенциал;

- б) складские мощности;
- в) квалификация персонала;
- г) место расположения.

10. «Критические» ресурсы и услуги – это:

- а) ресурсы и услуги, по которым неудовлетворительная деятельность поставщиков может обернуться серьезными проблемами для компании;
- б) ресурсы и услуги, количество которых на складе составляет критически малый объем;
- в) ресурсы и услуги, по которым необходима наиболее критическая оценка потенциальных компаний-поставщиков;
- г) ресурсы и услуги, связанные с сезонными колебаниями спроса.

11. Основные решения, принимаемые при выборе источника закупок:

- а) выбор одного или нескольких источников снабжения, производитель или посредник, крупный или малый поставщик, местный или региональный поставщик;
- б) организационная форма собственности поставщика;
- в) размер штата поставщика;
- г) время работы поставщика на рынке.

12. Изучение материально-технических ресурсов включают следующие основные направления:

- а) закупленные материалы, продукция или услуги (оценка), потребности, поставщики, система закупок;
- б) оптимизация складских запасов;
- в) финансовое состояние предприятия;
- г) конкуренты;

13. Анализ производственных возможностей поставщика это:

- а) сбор информации о предприятиях поставщика с уточнением их возможностей и ограничений;
- б) оценка выбранной поставщиком стратегии развития;
- в) изучение технологии производства, используемой поставщиком;
- г) сбор конфиденциальной информации о поставщике.

14. Средством полуформальной оценки поставщика является:

- а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;
- б) ежегодные совещания между высшим менеджментом компании-покупателя и компании-поставщика;
- в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;
- г) множественный анализ свойств поставщика.

15. Средством формальной оценки поставщика является:

- а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;
- б) ежегодные совещания между старшим менеджментом компании-покупателя и компании-поставщика;
- в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;
- г) множественный анализ свойств поставщика.

16. Средством неформальной оценки поставщика является:

- а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;
- б) ежегодные совещания между старшим менеджментом компании-покупателя и

компании-поставщика;

в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;

г) множественный анализ свойств поставщика.

17. Контроль в системе управления закупками проводится:

а) только на уровне стратегического управления;

б) только на уровне оперативно-тактического управления;

в) на уровне стратегического и оперативно-тактического управления;

г) только на уровне оперативного управления.

18. Задачей контроля в системе управления закупками является:

а) сравнение фактических и эталонных показателей;

б) определение направлений действий для улучшения существующего положения;

в) выявление виновных сотрудников за срыв плановых показателей;

г) определение приоритетных направлений снабжения.

19. Что такое ABC-анализ:

а) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по доле затрачиваемых на них денежных средств в общем объеме средств, выделяемых на обеспечения Компании МТР;

б) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по частоте;

в) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по стабильности закупок;

г) разделение поставщиков материально-технических ресурсов по объемам закупаемых Компанией МТР.

20. Исследование поставщиков включает в себя:

а) анализ финансового положения поставщиков;

б) оценка интенсивности конкуренции;

в) изучение других потребителей поставщика;

г) формирование целевых сегментов.

21. Процесс планирования снабжения сконцентрирован на:

а) формировании тактических преимуществ;

б) долгосрочных возможностях;

в) решении немедленных проблем;

г) текущих закупках.

22. Принцип ABC-анализа основан на:

а) законе Энгеля;

б) законе Парето;

в) законе Мальтуса;

г) правиле «тяжелой половины» Твельда.

23. Каким целям служат запасы товаров в оптовом предприятии?

а) обеспечение производства партиями оптимального размера;

б) выпуск продукции фирмой-потребителем запасов;

в) хранение на складе готовой продукции.

24. Назовите издержки, которые являются критерием оптимизации запасов у потребителя:

а) по закупкам и доставке продукции;

б) по содержанию запасов на складе потребителя;

в) потери от дефицита при отсутствии продукции;

г) все ответы верны.

25. Какие издержки относятся к закупкам продукции?

а) по оформлению заказа;

б) по оформлению договора о поставках и коммуникации с поставщиками;

в) транспортные издержки по доставке заказанного ресурса;

- г) по складированию и получению заказа;
- д) Все ответы верны.
26. Какие издержки относятся к содержанию запасов?
- а) складское хранение на предприятии;
- б) затраты на содержание складов в распределительной системе предприятия;
- в) затраты на транспортные перевозки;
- г) капитальные издержки;
- д) ответы: «а», «б», «г».
27. Под поддержкой снабжения со стороны поставщика понимается:
- а) систематизированное предоставление закупаемых материально-технических ресурсов по заранее определенным условиям;
- б) поставка материально-технических ресурсов с условиями компенсацией компанией-поставщиком всех накладных расходов;
- в) предоставление в распоряжение компании-покупателю знаний и способностей поставщика;
- г) своевременная поставка продукции.
32. Карточка поставщика:
- а) учитывает субъективные и объективные показатели работы поставщика;
- б) показывает складской остаток по каждому поставщику;
- в) является системой учета нарушений со стороны поставщика;
- г) является системой учета поставленной продукции.
33. Система мониторинга товарных запасов:
- а) показывает складской остаток по каждому поставщику;
- б) показывает количество товаров, которое необходимо закупить для пополнения складских запасов;
- в) позволяет рассчитать оптимальные складские запасы;
- г) позволяет оптимизировать складские запасы.
34. Оперативное снабжение характеризуется...
- а) закупками большими партиями;
- б) закупками мелкими партиями;
- в) главная цель – минимальная цена;
- г) главная цель – высокое качество;
- д) выбор поставщика – по минимуму цены;
- е) единственный поставщик с долгосрочным контрактом;
- ж) все ответы верны.
35. Опережающая интеграция предприятий в процессе закупок состоит в...
- а) приобретении производителями фирм поставщиков сырья;
- б) объединении производителей с компаниями, использующими их продукцию;
- в) использование ко-брендинга с целью увеличения объема продаж;
- г) присоединении фирм, производящих сходный продукт;
- д) объединении фирм, производящих разнородные продукты.
36. Как рассчитывается объем товарооборота в сопоставимых ценах?
- а) объем товарооборота в текущих ценах / индекс изменения цен;
- б) объем товарооборота в текущих ценах / изменение курса долл.
37. Объем оптового товарооборота за прошлый год составил 850 тыс. руб. и в текущем году вырос до 1000 тыс. руб. Индекс инфляции за год по данным статистических органов равен 1,12. Определите прирост товарооборота в сопоставимых ценах:
- а) 5 %;
- б) 17,6%;
- в) 10,6%;
- г) другая цифра.
38. Какие факторы оказывают влияние на величину прибыли?

- а) рентабельность и товарооборот;
 - б) товарооборот и доход;
 - в) доходы, товарооборот, расходы.
39. Выберите наиболее полное определение торговой надбавки:
- а) элемент цены продавца, обеспечивающий ему возмещение затрат по реализации продукции и получение прибыли;
 - б) разница между ценой покупки продукции и ее продажной ценой;
 - в) надбавка к цене продукции, которая направляется на уплату налога на добавленную стоимость и налога с продаж.
40. План завоза и план поступления товаров для оптовой организации идентичны:
- а) да;
 - б) нет;
 - в) нельзя сравнить.
41. Какие факторы влияют на прибыль оптовой организации?
- а) оптовый товарооборот;
 - б) состав оптового товарооборота;
 - в) уровень расходов;
 - г) оптово-сбытовые надбавки;
 - д) звенность товародвижения.
42. Выберите определение, наиболее полно отражающее понятие «основные средства» в соответствии с положениями Налогового кодекса:
- а) активы предприятия, используемые в производственной деятельности;
 - б) активы предприятия, используемые в производственной деятельности более 12 месяцев;
 - в) здания, сооружения, передаточные устройства, оборудование, инструмент со сроком эксплуатации более 12 месяцев и стоимостью не менее определенной Налоговым кодексом.
43. Первоначальная стоимость основных средств это:
- а) сумма фактических затрат организации на их приобретение, сооружение и изготовление объекта;
 - б) сумма фактических затрат организации на их приобретение, сооружение и изготовление объекта за исключением налога на добавленную стоимость;
 - в) стоимость объекта при его приобретении по договору купли-продажи.
44. Все ли расходы предприятия включаются в себестоимость?
- а) все;
 - б) некоторые;
 - в) никакие не включаются.
45. Какие расходы относятся к прямым расходам по торговым операциям?
- а) материальные расходы, расходы на оплату труда производственного персонала, единый социальный налог, начисленная амортизация;
 - б) сумма транспортных расходов на доставку закупленной продукции до склада покупателя;
 - в) расходы, связанные с производством и реализацией продукции;
 - г) другая классификация.
46. Как рассчитывается показатель уровня издержек обращения?
- а) сумма издержек обращения / оптовый товарооборот * 100;
 - б) оптовый товарооборот / сумму издержек обращения;
 - в) прибыль / сумма издержек обращения * 100;
 - г) другая формула.
47. Определите, чему равна издержкостоемость оптового товарооборота, если его объем равен 2000 тыс. руб., а издержки 200 тыс. руб., прибыль 50 тыс. руб.:
- а) 0,1 руб. на рубль товарооборота;
 - б) 2,5%;

- в) другая сумма.
48. Как определяются показатель уровня валового дохода?
- а) делением валового дохода на объем товарооборота;
 б) делением прибыли на объем товарооборота;
 в) делением издержек на объем товарооборота;
 г) другая формула.
49. К каким видам доходов относится стоимость излишков товарно-материальных ценностей, выявленных в результате инвентаризации?
- а) доходы от торговой деятельности;
 б) процентные доходы;
 в) внереализационные доходы.
50. Какой показатель, из приведенных ниже, характеризует коэффициент фондоотдачи оборотных средств?
- а) объем реализации (товарооборот)/ среднегодовую сумму оборотных активов;
 б) сумма прибыли предприятия / среднегодовую сумму оборотных активов;
 в) среднегодовая сумма оборотных активов/ однодневный товарооборот по покупным ценам.
51. В каких показателях измеряется коэффициент фондоотдачи оборотных средств?
- а) в числе оборотов, совершаемых за конкретный период;
 б) в днях оборота;
 в) в рублях на 1 рубль оборотных средств.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов в ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова" (<http://www.rea.ru>)

<i>вид учебных занятий</i>	<i>Организация деятельности студента</i>
<i>Лекция</i>	<i>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.</i>
<i>Практические занятия</i>	<i>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источни-ков. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.</i>
<i>Контрольная работа / индивидуальные</i>	<i>Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных</i>

задания	положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	Реферат: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Формирование балльной оценки по дисциплине «Оптовые продовольственные рынки»

В соответствии с «Положением о многобалльной (100-балльной) шкале оценки знаний при промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам, реализуемым на основе ФГОС ВО» Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова распределение баллов осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Посещаемость	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (зачет)	40
ИТОГО	100

1. Посещаемость

В соответствии с утвержденным учебным планом по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Коммерция» по дисциплине предусмотрено:

- Семестр 7 – 16 лекционных, 26 практических занятий. За посещение 1 занятия студент набирает 0,4 балла.

2. Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля в 7 семестре:

Форма контроля	Наименование раздела/ тем, выносимых на контроль	Форма проведения контроля (тест, контр. работа и др. виды контроля в соответствии с Положением)	Количество баллов, максимально
	Тема 1. Сущность и содержание оптово-посреднических операций.	Тестирование	3,0
	Тема 2. Функции	Тестирование	2,5

	оптовых предприятий в процессе товарного обращения.		
	Тема 3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.	Тестирование	3,0
	Тема 4. Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции и закладка ее на хранение.	Тестирование	3,0
	Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация продукции розничным предприятиям.	Тестирование	3,0
	Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.	Тестирование	3,0
	Тема 7. Инновационные технологии в оптовой торговле.	Тестирование	2,5
Всего			20

3. Творческие баллы

Расчет творческих баллов в 7 семестре:

Наименование раздела/ темы дисциплины	Вид работы	Количество баллов
Тема 1 Сущность и содержание оптово-посреднических операций.	Разбор конкретной ситуации, кейз-стади, выполнение заданий навыкового тренинга	1
	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
Тема 2 Функции оптовых предприятий в процессе товарного обращения.	Разбор конкретной ситуации	1
	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
Тема 3. Заключение договоров, цены и условия расчетов с поставщиками.	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
	Разбор конкретной ситуации	1
Тема 4. Организация и планирование закупок продукции; приемка продукции	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
	Разбор конкретной ситуации	1

и закладка ее на хранение.		
Тема 5. Анализ, планирование оптового товарооборота и реализация продукции розничным предприятиям.	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
	Разбор конкретной ситуации	1
Тема 6. Планирование товародвижения, управление каналами товародвижения и эффективное использование товародвижения.	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
	Выполнение заданий навыкового тренинга	1
Тема 7 Инновационные технологии в оптовой торговле.	Выполнение заданий навыкового тренинга	2
Темы 1-7	Реферат	3
Темы 1-7	Доклад	3
ИТОГО		20

Зачет результатам изучения учебной дисциплины «Оптовые продовольственные рынки» в 7 семестре проводится в устной форме (2 вопроса).

Оценка по результатам экзамена выставляется исходя из следующих критериев:

- теоретические вопросы – по 20 баллов каждый.

В случае частично правильного ответа на вопрос студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки
85 – 100 баллов	оценка «отлично»/«зачтено»
70 – 84 баллов	оценка «хорошо»/«зачтено»
50 – 69 баллов	оценка «удовлетворительно»/«зачтено»
менее 50 баллов	оценка «неудовлетворительно»/«незачтено»