

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Силин Яков Петрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14  
Уникальный программный идентификатор:  
24f866be2aca164840768cbb7e509e9571e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

**Одобрена**  
на заседании кафедры

**Утверждена**  
Советом по учебно-методическим вопросам  
и качеству образования  
15 января 2020 г.  
протокол № 5  
Председатель  Карх Д.А.  
(подпись)

13.01.2020 г.  
протокол № 7  
Зав. кафедрой Каточков В.М.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Основы торговли потребительскими товарами
Направление подготовки	38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Профиль	Все профили
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Разработана:  
Профессор, д.э.н.  
Карх Дмитрий Андреевич

Екатеринбург  
2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>4</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>5</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>7</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>12</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>13</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>14</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.11.2015г. №1334)
ПС	

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы торговли потребительскими товарами» является формирование и развитие компетенций, направленных на получение знаний о месте, роли торговли на потребительском рынке в современных условиях. Реализация учебной дисциплины позволяет сформировать у студентов способности обобщать экономические явления, иметь представление о торговле потребительскими товарами как субъекте рыночной экономики, ее месте на рынке товаров и услуг, уметь анализировать, прогнозировать и планировать её деятельность, проводить оценку конъюнктуры рынка и прогнозировать дальнейшее развитие.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 3						
Зачет	72	56	28	28	16	2
Семестр 4						
Экзамен, Курсовая работа	216	54	18	36	126	6
	288	110	46	64	142	8

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
---------------------------------	-----------------------------------

ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	ИД-1.ОПК-4 Знает закономерности формирования информации; нормы и правила сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; Умеет работать с компьютером как со средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); Владеет основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
--	--

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
торгово-технологическая	
ПК-3 готовностью 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	ИД-1.ПК-3 Знать: потребности покупателей товаров; Уметь: изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; Владеть: способами формирования потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 3		72					
Тема 1.	Рынок потребительских товаров как сфера торговой деятельности	10	6		4		
Тема 2.	Торговля в рыночной экономике	12	6		6		
Тема 3.	Информационное обеспечение отрасли	6	4		2		
Тема 4.	Спрос на потребительские товары	24	6		8	10	

Тема 5.	Товарное предложение на потребительском рынке	20	6		8	6	
Семестр 3		94					
Тема 6.	Эффективность торговой отрасли и её систем	94	10		20	64	
Семестр 4		86					
Тема 7.	Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли	86	8		16	62	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Рынок потребительских товаров как сфера торговой деятельности	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Торговля в рыночной экономике	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Информационное обеспечение отрасли	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Спрос на потребительские товары	доклад	Темы докладов, требования к оформлению презентаций	20 баллов
Товарное предложение на потребительском рынке	доклад	Темы докладов, требования к оформлению презентаций	20 баллов
Товарное предложение на потребительском рынке	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Эффективность торговой отрасли и её систем	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли	тест	Тест состоит из 5 вопросов	10 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			

3 семестр (За)	Тест	Комплексный тест состоит 50 вопросов	50 баллов
4 семестр (Эж)	Экзаменационный билет	Билет содержит 2 теоретических вопроса и 1 задачу	шкала оценок
4 семестр (КР)	Курсовая работа	Перечень курсовых работ (Приложение 3), Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине (Приложение 7)	шкала оценок

### **ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций

## Тема 1. Рынок потребительских товаров как сфера торговой деятельности

Понятие рынка потребительских товаров и услуг, признаки рынка. Социально-экономические принципы и цели рынка. Рынок и его структура, место рынка потребительских товаров в общей системе национального рынка. Задачи и функции рынка потребительских товаров. Условия формирования и оптимального функционирования рынка потребительских товаров. Рынок как оптимальный способ распределения ограниченных потребительских благ. Объекты рынка потребительских товаров, их виды дифференциации и социальная значимость. Субъекты рынка: домохозяйства, предпринимательские структуры, банки, государство их признаки, характеристики и взаимодействие в сфере купли-продажи потребительских товаров. Инфраструктура рынка потребительских товаров как совокупность хозяйствующих субъектов, обеспечивающих непрерывность товарного обращения. Состав инфраструктуры рынка, его связь и механизмом рынка потребительских товаров.

Рынок потребительских товаров как триединство предложения, спроса и цен. Предложение потребительских товаров, как представитель производства товаров и воплощение экономических интересов товаропроизводителей. Потребительский спрос, как средство реализации интересов покупателей.

Цена как инструмент рыночного эквивалентного обмена потребительских товаров и денег. Механизм ценообразования на рынке потребительских товаров. Цена и потребительская стоимость товара. Меновая и денежная стоимость товара. Ценовой механизм регулирования спроса и предложения. Конъюнктура рынка потребительских товаров как совокупность экономических условий в сфере купли-продажи конкретного потребительского товара. Оптимальное соотношение элементов рынка. Конкуренция как форма соперничества на рынке потребительских товаров. Предметы и объекты конкуренции. Функции рыночной конкуренции. Позитивные и негативные черты конкуренции, воздействующие на состояние рынка потребительских товаров. Различные модели конкурентных рынков. Совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия на рынке потребительских товаров - их характерные признаки. Особенность рыночной

## Тема 2. Торговля в рыночной экономике

Торговое предпринимательство в XIII-XV вв. после татаро-монгольского ига. Активная роль Московского государства в развитии торговых отношений. Связь внутренней и внешней торговли. Развитие современных форм рынка в связи с политикой Петра I. Купеческие гильдии, торговля XIX в. на ярмарках. Стационарные торговые ряды. Организационные формы торговли. Характеристика ресурсов дореволюционной торговли.

Этапы развития торговли Советской России, формы торговли и их роль в жизни страны. Командно-распорядительный характер развития отрасли в дореволюционный период.

Рынок и торговля, их взаимосвязь. Понятие «Торговля». Торговля как результат развития товарного обмена. Связь торговли с воспроизводством потребительских товаров. Торговля как отрасль общественного хозяйства. Соотношение рынка потребительских товаров и торговой отрасли. Торговля-организатор потребительского рынка. Задачи и функции торговой отрасли, их связь и взаимообусловленность.

Роль торговли как отрасли общественного хозяйства. Многообразие связей торговой отрасли в едином хозяйственном комплексе рыночного государства.

Связь торговли с услугами. Услуги как вид экономической деятельности. Услуга как объект купли-продажи в сфере потребительского рынка. Свойства торговой услуги. Отличие услуги от материального товара. Классификация торговых услуг, важнейшие ее признаки.



### Тема 3. Информационное обеспечение отрасли

Информационные ресурсы отрасли: сущность, цели, задачи. Функции информационных ресурсов торговли. Отраслевая информация и ее типы: факты, оценки, прогнозы, обобщенные связи и слухи их характеристика и сфера использования в управлении отраслью.

Классификация отраслевой информации по видам. Важнейшие признаки классификации, ее значение. Требования к отраслевой информации, обеспечивающей ее качество.

Информационные системы как основа управленческих решений, составляющие ее элемент. Сущность, структура и виды показателей, формирующих информационного массива данных отрасли.

Объективные причины возрастания актуальности информационного обеспечения отрасли. Сущность информационного обеспечения торговли. Этапы этого процесса. Источники информации, необходимой для управления торговлей, их дифференциация.

Первичная и вторичная информация, их характеристика, достоинства и недостатки. Сбор информации его методы. Наблюдение, эксперимент, имитация, опрос- их характеристика и связь с точностью и достоверностью торговой информации.

Надежность функционирования отраслевой информационной системы: сущность, оценка, характеристика. Пути оптимизации информационного обеспечения торговли.

Концептуальная сущность изучения рынка потребительских товаров, цели, задачи, функциональное содержание.

Экономико-статистический анализ рынка. Модели рынка: описательная, модели развития, имитационное.

Конъюнктура рынка потребительских товаров, понятие, связь с торговой и общехозяйственной конъюнктурой. Система экономических показателей конъюнктуры рынка, факторы формирования,

конъюнктуры и тенденции развития

#### Тема 4. Спрос на потребительские товары

Спрос на потребительские товары как форма проявления потребностей. Классификация потребностей как инструмент изучения спроса.

Спрос как элемент рынка потребительских товаров. Характеристики спроса: натурально-вещественная, стоимостная, пространственная и временная. Объем и структура спроса населения. Доходы потребителей- основа формирования и развития спроса. Баланс денежных доходов и расходов населения, его состав, значение.

Закономерности развития спроса на потребительские товары. Система показателей, характеризующих спрос и его динамику на рынке потребительских товаров. Факторы, определяющие спрос и его развитие. Общие и специфические факторы. Характеристика экономических факторов.

Источники формирования доходов покупателей. Зависимость объема и структуры спроса от объема и динамики общих и среднедушевых доходов. Потребительский спрос и цены на потребительские товары. Эластичность спроса от цены, коэффициент эластичности и его значение как основа управленческих решений. Социальные факторы и социальная политика формирования спроса. Демографические факторы, объективная необходимость учета их воздействия на спрос. Природно-климатические факторы и потребительский спрос.

Основные направления рационализации спроса на рынке потребительских товаров.

Классификация видов покупательского спроса, ее характеристика и задачи. Признаки классификации спроса. Макро и Микро- спрос, их сущность, взаимосвязь и различие. Условность их разделения. Разделение покупательского спроса по объекту покупки (потребления). Территориальный признак выделения национального, регионального и местного видов спроса. Миграция покупателей и денег как основа выделения базового и мобильного спроса. Потребительское поведение и характер спроса. Первичный спрос, спрос на замену, дополнительный. Четко сформированный, альтернативный, иммунный спрос. Периодичность возникновения и зрелость спроса и его дифференциация в связи с этим. Удовлетворенный и неудовлетворенный спрос. Важность его измерения и учета. Актуальность изучения и прогнозирования покупательского спроса.

Изучение объема и структура спроса- основа управления рынка на разных уровнях. Прогнозирование и стратегические решения в потребительской торговле. Этапы прогнозирования спроса. Методы прогнозирования спроса в торговле: экстраполяция, экономико- математическое моделирование, нормативный, методы экспертных оценок и др. Краткосрочные, среднесрочные и

#### Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке

Сущность предложения потребительских товаров. Связь товарного производства и рыночного предложения конкретного товара.

Натурально- вещественная характеристика и товарная структура предложения потребительских товаров.

Стоимостная форма предложения. Связь предложения и цен. Цены экономических ресурсов, себестоимость производства, цена предложения. Вариации товарного предложения в пространстве. Временные характеристики предложения. Товарные запасы как форма предложения. Сущность, функции, объективная необходимость формирования товарных запасов. Объем, состав и структура товарных запасов. Факторы формирования товарного предложения и товарных запасов на рынке потребительских товаров.

Цели формирования предложения потребительских товаров в торговле. Факторы, определяющие экономическое обоснование товарных ресурсов в торговле. Направления управленческих решений по созданию и оптимизации товарного предложения.

Система экономических показателей для характеристики текущего состояния товарного предложения и прогнозирования его развития в перспективе.

Экономико-статистический анализ товарного предложения конкретного товара: его элементы, показатели и их взаимосвязь. Пути оптимизации товарного предложения в торговле. Исследование хозяйственных связей торговли как фактора определения объема и структуры поставок и запасов потребительских товаров.

<p>Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем</p> <p>Понятие эффективности, разные уровни измерения эффективности в экономике отрасли. Эффективность торговой отрасли, критерии ее эффективности на макроуровне. Виды эффективности торговли и формы ее проявления. Экономическая и социальная эффективность торговли.</p> <p>Оценка эффективности торговли и общественного питания на отраслевом, территориально-хозяйственном и внутрисистемном уровнях.</p> <p>Дифференциация показателей эффективности торговли для разных уровней управления отрасли. Совокупность факторов, влияющих на эффективность торговли.</p> <p>Основные тенденции развития рыночной торговли России. Концентрация в торговле, ее особенности и формы проявления. Показатели концентрации капитала и организационных структур в отрасли.</p> <p>Интеграция как основное направление развития торговли. Горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация в отрасли.</p> <p>Зарубежный и отечественный опыт развития процессов концентрации в торговле.</p> <p>Эффективность концентрации: понятие, оценка, направления. Социально-экономическое значение прогрессивных тенденций в отрасли и ее подсистемах</p>
<p>Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли</p> <p>Понятие и функции государственного регулирования рыночной экономики. Единство его целей. Важнейшие направления государственного регулирования экономики.</p> <p>Формы и методы организации государственного воздействия на рыночные процессы и субъекты. Регулирование рынка потребительских товаров, его цели и основные направления.</p> <p>Сущность и объективная необходимость государственного регулирования отрасли. Основные направления и цели регулирования торговли на федеральном и региональном уровнях. Объекты и субъекты регулирования торговли. Качественные характеристики рыночного регулирования торговли.</p> <p>Характеристика органов регулирования и правовых основ их деятельности в сфере влияния на рыночную деятельность отрасли. Опыт регулирования торговли за рубежом.</p>

### 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Рынок потребительских товаров как сфера торговой деятельности</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач</p>
<p>Тема 2. Торговля в рыночной экономике</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач</p>
<p>Тема 3. Информационное обеспечение отрасли</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач</p>
<p>Тема 4. Спрос на потребительские товары</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач, презентация и защита самостоятельной работы по теме</p>
<p>Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач, презентация и защита самостоятельной работы по теме</p>
<p>Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач, презентация и защита самостоятельной работы по теме</p>
<p>Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли</p> <p>семинарские занятия, решение практика-ориентированных задач, презентация и защита самостоятельной работы по теме</p>

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 4. Спрос на потребительские товары</p> <p>Подготовка материала, оформление презентации и доклада по теме</p>
<p>Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке</p> <p>Подготовка материала, оформление презентации и доклада по теме</p>

<p>Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем  Изучение понятийного аппарата темы, методического материала, рекомендованных дополнительных источников  Подготовка самостоятельной работы по теме  Сбор, изучение информации для подготовки курсовой работы</p>
<p>Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли  Изучение понятийного аппарата темы, методического материала, рекомендованных учебников и дополнительных источников  Подготовка самостоятельной работы по теме  Подготовка и написание курсовой работы по выбранной теме</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ  
Приложение 3

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
Курсовая работа по дисциплине размещается в электронном портфолио обучающегося  
<http://portfolio.usue.ru>

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
Материалы не предусмотрены

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
Приложение 7

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### *По заявлению студента*

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

**Основная литература:**

1. Александров Ю. Л., Терещенко Н. Н.. Экономика товарного обращения: учебник для обучающихся по программам высшего образования направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (квалификация (степень) «магистратура»). - Красноярск: СФУ, 2015. - 352 с.

2. Карх Д. А., Гаянова В. М., Фадеева З. О.. Основы торговли потребительскими товарами: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 170 с.

#### **Дополнительная литература:**

1. Чкалова О. В.. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 100700 "Торговое дело" и 080200 "Менеджмент". - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. - 384 с.

2. Баженов Ю. К.. Розничная торговля в России: монография. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 239 с.

3. Карх Д. А., Гаянова В. М.. Интеграционные процессы в розничной торговле [Электронный ресурс]: научное издание. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2008. - 161 с. – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/retro/10/m469888.pdf>

### **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **Перечень лицензионное программное обеспечение:**

Microsoft Windows 10 .Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Microsoft Office 2016. Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

#### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

-Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2020

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.