

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.06.2026 10:19:14
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c307a9551a8d9

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

01.12.2025 г.
протокол № 5
И.о. зав. кафедрой Кондратенко И.С.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.
протокол № 4
Председатель  Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Основы торговли потребительскими товарами
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Профиль	Коммерческая деятельность и логистика предприятий
Форма обучения	очная
Год набора	2026

Разработана:
Доцент, к.э.н.
Трофимова Л. И.

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	13
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	14
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16

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 - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963)
---------	--

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 обязательной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	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	64	32	32	8	2
Семестр 4						
Экзамен, Курсовая работа	216	64	32	32	125	6
	288	128	64	64	133	8

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

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

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;	ИД-1.ОПК-2 Знать: основы сбора, обработки и анализа данных для решения профессиональных задач

ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;	ИД-2.ОПК-2 Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ данных для решения профессиональных задач
	ИД-3.ОПК-2 Иметь практический опыт: сбора, анализа и обработки данных для решения профессиональных задач

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	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. (ОПК-2)	14	7		6	1	
Тема 2.	Торговля в рыночной экономике, ее отраслевой механизм и структура. Исследования услуг торговли, для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности. (ОПК-2)	14	7		6	1	
Тема 3.	Информационное обеспечение торговой отрасли. Источники экономической информации. Конъюнктура рынка и методы ее исследования и прогнозирования(ОПК-2)	8	5		2	1	
Тема 4.	Спрос на потребительские товары. Анализ и прогнозирование покупательского спроса (ОПК-2)	17	6		9	2	
Тема 5.	Товарное предложение на потребительском рынке .Анализ и прогнозирование товарного предложения (ОПК-2)	19	7		9	3	
Семестр 4		189					
Тема 6.	Эффективность торговой отрасли и её систем. Интеграция как основное направление развития торговли(ОПК-2)	114	18		16	80	
Тема 7.	Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли (ОПК-2)	75	14		16	45	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1,2	Тест 1 по темам 1,2 (Приложение 4) Доклад с презентацией (приложение 4)	Тест состоит из 20 вопросов с вариантами ответов. Темы докладов, требования к оформлению презентаций	Критерии оценки: 5-9 – 1 балл 10 и менее – 2 балла 11- 13 – 3 балла 14 -17 – 4 балла 18 и более – 5 баллов 5 Баллов
Тема 3	тест 2 (Приложение 4) Доклад с презентацией (приложение 4)	Тест состоит из 10 вопросов с вариантами ответов. Темы докладов, требования к оформлению презентаций	Критерии оценки: 4 -1 балл 5 – 2 балла 6-7 – 3 балла 8-9– 4 балла 10 – 5 баллов 5 баллов
Тема 4,5	Тест 3 по темам 4,5 (Приложение 4) Аудиторная контрольная работа- решение практической ситуации 1 (Приложение 4) Доклад с презентацией (приложение 4)	Тест состоит из 20 вопросов с вариантами ответов. Практическая ситуация по расчету емкости рынка мяса свиньи в областном городе. Темы докладов, требования к оформлению презентаций	Критерии оценки: 5-9 – 1 балл 10 и менее – 2 балла 11- 13 – 3 балла 14 -17 – 4 балла 18 и более – 5 баллов 5 баллов 5 баллов 5 баллов 5 баллов
Тема 6	Тест 4 по теме 6 (приложение 4) Доклад с презентацией (приложение 4)	Тест 4 состоит из 20 вопросов с вариантами ответов. Темы докладов, требования к оформлению презентаций	Критерии оценки: 5-9 – 1 балл 10 и менее – 2 балла 11- 13 – 3 балла 14 -17 – 4 балла 18 и более – 5 баллов 5 баллов

Тема 7	Тест 5. (приложение 4) Доклад с презентацией (приложение 4)	Тест состоит из 10 вопросов с вариантами ответов Темы докладов, требования к оформлению презентаций	Критерии оценки: 5-9 – 1 балл 10 и менее – 2 балла 11- 13 – 3 балла 14 -17 – 4 балла 18 и более – 5 баллов 5 баллов
Тема 6,7	Аудиторная контрольная работа 2- практическая ситуация 2 (приложение 4)	Практическая ситуация : Оценке эффективности торговой отрасли РФ и ее систем за 2016- 2020, задание - 1 - 4.Выполнить анализ, построить рисунки и диаграммы, выявить тенденции, влияющие факторы и рассчитать показатели эффективности. Написать пояснительную записку	5 баллов
Промежуточная аттестация(Приложение 5)			
3 семестр (За)	Билет для зачета	Билет содержит тест из 25 вопросов с вариантами ответов и практическое задание	Шкала оценок зачет: 70% - тест 30 % -задание Критерии оценки: 12 и менее правильных ответов – оценка - 2 балла 13-16 - 3 балла 17-21-- 4 балла
4 семестр (Эк)	Экзаменационный билет (Приложение 5)	Билет содержит два теоретических вопроса и одно практическое задание (Приложение 5)	Шкала оценок: по 30% - теоретические вопросы, 40% - задача
4 семестр (КР)	Курсовая работа (Приложение 3,7)	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 текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

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

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение 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 текущего контроля, 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 окончании 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 окончании 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 профессиональных задач
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

<p>Тема 1. Рынок потребительских товаров как сфера торговой деятельности. (ОПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Рынок потребительских товаров и его характеристика. Инфраструктура рынка2. Механизм взаимодействия субъектов рынка.3. Структура и функции рынка4. Механизмы конкуренции : характеристика , модели конкурентных рынков , методы конкуренции
<p>Тема 2. Торговля в рыночной экономике, ее отраслевой механизм и структура. Исследования услуг торговли, для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности. (ОПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Торговля как отрасль экономики, ее структура2. Оптовая торговля как подсистема торговой отрасли3. Розничная торговля как подсистема, ее сущность и значение4. Общественное питание как особая подсистема торговой отрасли5. Услуги торговли и их оценка
<p>Тема 3. Информационное обеспечение торговой отрасли. Источники экономической информации. Конъюнктура рынка и методы ее исследования и прогнозирования(ОПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Информационные ресурсы отрасли: понятие, функции, типы отраслевой информации их характеристика2. Информационные системы: понятие , виды , характеристика по сферам деятельности3. Информационное обеспечение торговли: понятие , содержание работ по информационному обеспечению деятельности4. Концептуальная сущность изучения рынка потребительских товаров: сущность, экономико - статистический анализ рынка. Система экономических показателей конъюнктуры рынка, факторы формирования, закономерности и тенденции развития.
<p>Тема 4. Спрос на потребительские товары. Анализ и прогнозирование покупательского спроса (ОПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Экономическая сущность потребительского спроса и его характеристика2. Факторы формирования спроса на потребительские товары. Основные направления рационализации спроса на рынке потребительских товаров.3. Виды потребительского спроса и их характеристика4. Анализ и прогнозирование потребительского спроса. Методы прогнозирования спроса в торговле
<p>Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке .Анализ и прогнозирование товарного предложения(ОПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сущность, характеристика и факторы формирования товарного предложения и товарных запасов на рынке потребительских товаров2. Товарное предложение в торговле. Факторы, определяющие экономическое обоснование товарных ресурсов в торговле. Система экономических показателей текущего состояния и прогнозирования товарного предложения .Пути оптимизации товарного предложения в торговле.3. Экономико-статистический анализ товарного предложения конкретного товара: его элементы, показатели и их взаимосвязь. Исследование хозяйственных связей торговли как фактора определения объема и структуры поставок и запасов потребительских товаров.

Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем. Интеграция как основное направление развития торговли(ОПК-2)

- 1.Эффективность торговой отрасли, критерии ее эффективности. Виды эффективности торговли и формы ее проявления. Экономическая и социальная эффективность торговли.
- 2.Оценка и показатели эффективности торговли и общественного питания на отраслевом, территориально- хозяйственном и внутрисистемном уровнях. Совокупность факторов, влияющих на эффективность торговли.
- 3.Основные тенденции развития рыночной торговли России. Концентрация в торговле, ее особенности и формы проявления. Показатели концентрации капитала и организационных структур в отрасли.
- 4.Интеграция как основное направление развития торговли. Горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация в отрасли.
- 5.Эффективность концентрации: понятие, оценка, направления. Социально- экономическое значение прогрессивных тенденций в отрасли и ее подсистемах. Зарубежный и отечественный опыт развития процессов концентрации в торговле.

Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли (ОПК-2)

- 1.Сущность , функции и основные направления регулирования рынка потребительских товаров.
2. Сущность, основные направления и методы государственного регулирования торговой отрасли, их содержание , механизм и способы реализации.
- 3.Характеристика органов регулирования и правовых основ их деятельности в сфере влияния на рыночную деятельность отрасли. Торговое законодательство: общее и специальное. Основные нормативно-правовые акты, ФЗ. Опыт регулирования торговли за рубежом

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 2. Торговля в рыночной экономике, ее отраслевой механизм и структура. Исследования услуг торговли, для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности. (ОПК-2)

- Выполнение практических заданий для самостоятельной работы(приложение 2).
Обсуждение докладов и рефератов с презентацией (приложение 4).
Тест 1 по темам 1,2(приложение 4).

Тема 3. Информационное обеспечение торговой отрасли. Источники экономической информации.Конъюнктура рынка и методы ее исследования и прогнозирования(ОПК-2)

- Обсуждение практики применения государственных информационных систем.
Решение практических ситуаций(приложение 2)
Тест2 (приложение 4)
Защита и обсуждение докладов-презентаций (Приложение 4)

Тема 4. Спрос на потребительские товары. Анализ и прогнозирование покупательского спроса (ОПК-2)

- Решение практических ситуаций(приложение 2)
Защита и обсуждение докладов-презентаций (Приложение 4)
презентация и защита самостоятельной исследовательской (групповой) работы по теме (приложение 4)

Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке .Анализ и прогнозирование товарного предложения(ОПК-2)

Тест 3 по темам 4,5(приложение 4)

Аудиторная контрольная работа 1- решение практической ситуации(Приложение 4)

Решение практических ситуаций(приложение 2)

Защита и обсуждение докладов-презентаций (Приложение 4)

Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем. Интеграция как основное направление развития торговли(ОПК-2)

. Выполнение практических заданий для самостоятельной работы(приложение 2)

Защита и обсуждение докладов/ рефератов с презентацией (Приложение 4)

Устный опрос.

Тест 4(приложение 4).

Домашняя контрольная работа 2 (Ситуация :Анализ развития торговой отрасли за 2016-2020 гг.- 4 задания)(Приложение 4)

Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли (ОПК-2)

Выполнение практических заданий для самостоятельной работы(приложение 2)

Защита и обсуждение докладов/ рефератов с презентацией (Приложение 4)

Устный опрос.

Тест 5 (приложение 4).

Защита результатов домашней контрольной работы 2 (Ситуация :Анализ развития торговой отрасли за 2016-2020 гг.- 1- 4 задания)(Приложение 4)

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Торговля в рыночной экономике, ее отраслевой механизм и структура. Исследования услуг торговли, для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности. (ОПК-2)

Изучение нормативной, учебной литературы

Подготовка и оформление рефератов- презентаций по темам (приложение 4)

Повторение лекционного материала и подготовка к устному опросу.

Подготовка к тестированию(текущему контролю)

Изучение дополнительных вопросов по теме

Тема 3. Информационное обеспечение торговой отрасли. Источники экономической информации. Конъюнктура рынка и методы ее исследования и прогнозирования(ОПК-2)

Повторение лекционного материала и подготовка к устному опросу.

Изучение нормативных и законодательных актов, современной литературы отечественного и зарубежного опыта

Подготовка к тестированию (текущему контролю)

Подготовка и оформление докладов, рефератов с презентаций (приложение 4)

Изучение дополнительных вопросов по теме

Тема 4. Спрос на потребительские товары. Анализ и прогнозирование покупательского спроса (ОПК-2)

Подготовка к тестированию (текущему контролю)

Подготовка и оформление докладов, рефератов с презентаций (приложение 4)

Сбор материалов к курсовой работе

Тема 5. Товарное предложение на потребительском рынке. Анализ и прогнозирование товарного предложения(ОПК-2)

Подготовка к тестированию (текущему контролю)

Подготовка и оформление докладов, рефератов с презентаций (приложение 4)

Изучение дополнительных вопросов по теме

Тема 6. Эффективность торговой отрасли и её систем. Интеграция как основное направление развития торговли(ОПК-2)

Подготовка и оформление рефератов-презентаций по темам (приложение 4).

Повтор лекционного материала и подготовка к устному опросу. Подготовка к тестированию (текущему контролю).

Сбор, изучение и обработка теоретической, методической и статистической информации для подготовки курсовой работы (приложение ?).

Изучение дополнительных вопросов по теме

Подготовка домашняя контрольной работы 2 (Ситуация :Анализ развития торговой отрасли за 2016 -2020 гг.- 1 - 4 задания)(Приложение 4)

Тема 7. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли (ОПК-2)

Изучение дополнительных вопросов по теме

Выполнение практических заданий для самостоятельной работы(приложение 2)

Защита и обсуждение докладов/ рефератов с презентацией (Приложение 4)

Повторение лекционного материала и подготовка к устному опросу.

Подготовка к тестированию- текущему контролю .

Подготовка черновика и оформление курсовой работы в соответствии с требованиями нормоконтроля (приложение 7)

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
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:

2. Трофимова Основы торговли потребительскими товарами. Курс лекций. Тема 2. Торговля в рыночной экономике, ее отраслевой механизм и структура [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202110/27.mp4>

3. Трофимова Основы торговли потребительскими товарами. Курс лекций. Тема 3. Спрос на потребительские товары и услуги торговли [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202110/28.mp4>

4. Трофимова Основы торговли потребительскими товарами. Курс лекций. Тема 4. Товарное предложение на потребительском рынке [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202111/25.mp4>

5. Трофимова Основы торговли потребительскими товарами. Курс лекций. Тема 6. Государственное регулирование рынка потребительских товаров и торговли [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202111/27.mp4>

6. Трофимова Основы торговли потребительскими товарами. Курс лекций. Тема 5. Эффективность торговой отрасли и ее систем. Интеграция как основное направление развития [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202111/26.mp4>

7. Кузнецова Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 266 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/565355>

8. Белоусова Е. В., Благинин В. А., Джалилов Э. В., Иванова О. Ю., Санжанов О. И. Регулирование региональных и локальных рынков товаров и услуг [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: УрГЭУ, 2025. - 136 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/25/p497487.pdf>

Дополнительная литература:

2. Депутатова Е.Ю., Зверева А.О., Ильяшенко С.Б. Методика оценки и факторы повышения качества обслуживания в розничной торговле [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 138 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2083031>

3. Плискин О. В. Национальная система цифровой маркировки и прослеживаемости товаров в контексте защиты прав потребителей [Электронный ресурс]:открытая лекция. - Екатеринбург: [б. и.], 2025. - 1 – Режим доступа: https://rutube.ru/video/private/04ba4342e3342b94df0de9e6569a9729/?p=9_FBq4tOK_A4mFfsnn186A

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

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Corel Painter 2017. Договор № 34-С 2017 от 27.03.2017, Акт № Tr007267 от 24.01.2020. Срок действия лицензии -бессрочное пользование.

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

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

Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике [Текст] : Монография / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 160 с. <http://znanium.com/catalog/document?id=371149>

. "ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-ст) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_457788/

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. – Режим доступа: www.ersds.e-burg.ru

Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: www.gks.ru

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации- Режим доступа: <https://minpromtorg.gov.ru/>

.Официальный сайт Правительства Свердловской Свердловской области. - <http://midural.ru>.

.Министерство агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области –Режим доступа: <https://mcxso.midural.ru>

Сайт журнала «Деловой квартал».- Режим доступа: <https://www.dk.ru/news/237164042>

. Федеральный закон "О саморегулируемых организациях" от 01.12.2007 № 315-ФЗ (ред. от 02.07.2021) (актуален на 15.03.2023)-https://www.consultant.ru/document/cons_doc

. "ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения" (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 N 191-ст.- Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document>

. Распоряжение Правительства РФ от 11 апреля 2022 г. № 832-р Об утверждении плана мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в РФ- URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/404395524>

1 Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" ФЗ-381 (с изменениями на 28 декабря 2025 года) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421932/

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ ,(с изменениями на 25 ноября 2025 г). Режим джоступа: <https://docs.cntd.ru/document/9027690>

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.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

К зачету

1. Конъюнктура торговли: понятие и показатели. Основные тенденции развития торговли.
2. Информационное обеспечение отрасли. Характеристика экономической информации.
3. Субъекты рынка товаров потребительского назначения, их взаимосвязь. Специфика субъектов торговли на потребительском рынке.
4. Спрос как элемент рынка, его характеристика и тенденции развития.
5. Объекты и субъекты потребительского рынка, их характеристика, формы и взаимосвязи
6. Сущность и отличие торговли потребительскими товарами от рынка.
7. Сущность характеристики и факторы формирования товарного предложения.
8. Общественное питание и его рол на РПТ
9. Показатели спроса на потребительские товары, необходимость их изучения
10. Рыночная экономика: сущность, цели и условия формирования. Роль торговли в рыночной экономике.
11. Товарное предложение: сущность, состав, факторы формирования. Показатели товарного предложения, необходимые для анализа и моделирования в торговле.
12. Торговая политика, роль государства в ее формировании
13. Экономические показатели и факторы развития товарного предложения необходимость их изучения в торговле.
14. Общественное питание: Сущность, специфика, экономическая характеристика.
15. Потребительская торговля как организатор рынка: миссия и функции.
16. Спрос как элемент рынка, экономические показатели, характеризующие его состояние и развитие.
17. Сущность и значение оптовой торговли в сфере рынка потребительских товаров.
18. Рыночный механизм, его объекты и субъекты. Место потребительской торговли в системе механизма рынка потребительских товаров.
19. Система экономических показателей, характеризующих развитие розничной торговли.
20. Общественное питание; сущность, функции, специфика.
21. Спрос как элемент рынка потребительских товаров, необходимость его изучения в торговле.
22. Рынок потребительских товаров, причины и условия его существования, разные типы конкурентных рынков.
23. Отраслевая структура торговли. Признаки и значение ее классификации на экономические подсистемы.
24. Услуги торговли как основа рыночной деятельности отрасли.
25. Торговая политика на федеральном и территориальном уровнях: принципы и задачи.
26. Торговля как отрасль общественного хозяйства многообразия связей торговой отрасли в едином хозяйственном комплексе рыночного государства.
27. Рынок как триединство спроса, предложения и цен. Необходимость изучения взаимосвязи в торговле.
28. Конкуренция как форма соперничества на рынке потребительских товаров. Различные модели конкурентных рынков.
29. Товарные запасы как элемент товарного предложения: сущность, функции, объективная необходимость.
30. Общие и специфические факторы формирования спроса на потребительские товары. Показатели, их характеризующие.
31. Регулирование торговли: сущность, цели необходимость и направление.
32. Цели формирования товарного предложения в торговле. Система показателей характеризующих предложение и необходимых для его прогнозирования.
33. Хозяйственный механизм отрасли и ее миссия. Власть отрасли в сфере рынка: рыночная, хозяйственная, экономическая.

34. Виды покупательского спроса, их характеристика и необходимость изучения в торговле.
35. Торговая отрасль, ее функции и роль на рынке. Важнейшие экономические проблемы отрасли.
36. Рынок потребительских товаров как сфера деятельности торговой отрасли, их взаимосвязь.
37. Объекты и субъекты рынка потребительских товаров, их сущность и взаимосвязь.
38. Отраслевая информация и ее роль в управлении торговлей. Типы и виды информации необходимой для управления общественным питанием
39. Показатели, характеризующие спрос на потребительские товары. Основные закономерности развития спроса
40. Спрос на потребительские товары и услуги торговли. Общие и специфические факторы развития покупательского спроса.
41. Общественное питание как подотрасль торговли: экономическая сущность, функции особенности. Экономические показатели, характеризующие общепит.
42. Исследование рынка как основа информационного обеспечения отрасли.

К экзамену

1. Конъюнктура торговли: понятие и показатели. Оптимальное соотношение элементов рынка. Основные тенденции развития торговли.
2. Информационное обеспечение отрасли. Характеристика экономической информации. Сбор информации. его методы.
3. Субъекты рынка товаров потребительского назначения, их взаимосвязь. Специфика субъектов торговли на потребительском рынке.
4. Спрос как форма проявления потребностей и элемент рынка потребительских товаров, его характеристика и тенденции развития.
5. Объекты и субъекты потребительского рынка, их характеристика, формы, характеристики и взаимодействие в сфере купли-продажи товаров.
6. Розничная торговля: сущность и значение. Система показателей оценки эффективности розничной торговли.
7. Сущность и отличие торговли потребительскими товарами от рынка.
8. Значение региональной торговли в рыночных условиях. Показатели, характеризующие эффективность торговли региона.
9. Сущность характеристики и факторы формирования товарного предложения.
10. Общественное питание и его роль на рынке потребительских товаров
11. Виды и показатели спроса на потребительские товары, необходимость их изучения и прогнозирования
12. Рыночная экономика: сущность, цели и условия формирования. Роль торговли в рыночной экономике.
13. Товарное предложение: сущность, состав, факторы формирования. Показатели товарного предложения, необходимые для анализа и моделирования в торговле.
14. Торговая политика, роль государства в ее формировании
15. Экономические процессы и задачи оптовой торговли. Система показателей, характеризующих эффективность оптовой торговли.
16. Экономические показатели и факторы развития товарного предложения, необходимость их изучения в торговле.
17. Общественное питание: Сущность, специфика, экономическая характеристика.
18. Потребительская торговля как организатор рынка: миссия и функции.
19. Спрос как элемент рынка, экономические показатели, характеризующие его состояние и развитие. Факторы, определяющие спрос и его развитие. Общие и специфические факторы, их характеристика.
20. Сущность и значение оптовой торговли в сфере рынка потребительских товаров.
21. Рыночный механизм, его объекты и субъекты. Место потребительской торговли в системе механизма рынка потребительских товаров.

22. Система экономических показателей, характеризующих развитие розничной торговли.
23. Общественное питание; сущность, функции, специфика.
24. Спрос как элемент рынка потребительских товаров, необходимость его изучения в торговле.
25. Рынок потребительских товаров, признаки, причины и условия его существования. Задачи и функции рынка потребительских товаров, разные типы конкурентных рынков.
26. Отраслевая структура торговли. Признаки и значение ее классификации на экономические подсистемы.
27. Услуги торговли как основа рыночной деятельности отрасли. Свойства торговой услуги. Отличие услуги от материального товара. Классификация торговых услуг, важнейшие ее признаки.
28. Торговая политика на федеральном и территориальном уровнях: принципы и задачи.
29. Торговля как отрасль общественного хозяйства многообразия связей торговой отрасли в едином хозяйственном комплексе рыночного государства.
30. Рынок как триединство спроса, предложения и цен. Необходимость изучения взаимосвязи в торговле.
31. Конкуренция как форма соперничества на рынке потребительских товаров. Различные модели конкурентных рынков. Особенность рыночной деятельности на разных типах конкурентного рынка.
32. Товарные запасы как элемент товарного предложения: сущность, функции, объективная необходимость.
33. Общие и специфические факторы формирования спроса на потребительские товары. Показатели, их характеризующие.
34. Экономические показатели и факторы развития общественного питания и роста его эффективности.
35. Регулирование торговли: сущность, цели, необходимость и направление.
36. Цели формирования товарного предложения в торговле. Система показателей характеризующих предложение и необходимых для его прогнозирования.
37. Хозяйственный механизм отрасли и ее миссия. Власть отрасли в сфере рынка: рыночная, хозяйственная, экономическая.
38. Виды покупательского спроса, их характеристика и необходимость изучения в торговле.
39. Торговая отрасль, ее функции и роль на рынке. Важнейшие экономические проблемы отрасли.
40. Суть, функции и задачи розничной торговли. Система показателей, характеризующих ее развитие и эффективность.
41. Рынок потребительских товаров как сфера деятельности торговой отрасли, их взаимосвязь.
42. Объекты и субъекты рынка потребительских товаров, их сущность и взаимосвязь.
43. Отраслевая информация и ее роль в управлении торговлей. Типы и виды информации необходимой для управления общественным питанием
44. Показатели, характеризующие спрос на потребительские товары. Основные закономерности развития спроса
45. Спрос на потребительские товары и услуги торговли. Общие и специфические факторы развития покупательского спроса.
46. Общественное питание как подотрасль торговли: экономическая сущность, функции особенности. Экономические показатели, характеризующие общепит.
47. Исследование рынка как основа информационного обеспечения отрасли.
48. Интеграционные процессы в торговле. Горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация в отрасли. Сущность и перспективы
49. Виды интеграции в торговле. Особенности развития субъектов рынка
50. Государственное регулирование деятельности предприятий торговли. Методы регулирования торговли., их содержание, механизм и способы реализации.

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

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

53. Оценка эффективности торговли и общественного питания на отраслевом, территориально- хозяйственном и внутрисистемном уровнях.

54. Эффективность концентрации: понятие, оценка, направления. Социально-экономическое значение прогрессивных тенденций в отрасли и ее подсистемах

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

Примерные практические задания к зачету

Задание 1 (ОПК-2)

. Рынок в узком смысле слова – это: _____
_____ (впишите вариант ответа)

Задание 2 (ОПК-2)

Основное отличие потребительского рынка от рынка товаров промышленного назначения:

1. приобретаются разнообразные товары;
2. товары используются для личного потребления;
3. спрос на товары потребительского рынка эластичен
4. товары используются для последующей перепродажи

Варианты ответа:

- 1.1,3
- 2.2
- 3.1,2
- 4.4

Задание 3 (ОПК-2)

Что характеризует ситуацию в отрасли или её подсистему, и характеризуется следующими показателями: ВВП, его рост, объём производства, объём и структура доходов населения и т.д.? Это: _____

_____ (впишите свой вариант ответа)

Задание 4 (ОПК-2)

Емкость рынка – это:

1. максимально-возможный объём реализации товаров при данном уровне спроса, предложения и цен;
2. количественная определенность покупаемых товаров и услуг;
3. величина рынка
4. покупательная способность потребителей

Варианты ответа:

- 1.1
- 2.2
- 3.3
- 4.1

Задание 5 (ОПК-2)

Торговля товарами с последующей перепродажей или для профессионального использования – это: _____ впишите свой вариант ответа)

Ситуация 6 (ОПК-2)

Как доводится информация о товаре до потребителя:

1. С помощью. Маркировки, на этикетках
2. С помощью технической документации, прилагаемой к товарам(работа, услугам)
3. Иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг).

Варианты ответа:

1. 1-2
2. 1-2- 3
3. 1-3

Ситуация 7 (ОПК-2)

Последовательность элементов, входящих в аналитический обзор конъюнктуры рынка:

1. определение целей и направлений конъюнктурных исследований
2. аналитическая часть, включающая конъюнктуру товарного рынка
3. обзор источников информации
4. прогноз конъюнктуры рынка товарного рынка

Варианты ответа:

1. 1-3-2-4
2. 1-2-3-4
3. 3-1-2-4
4. 3-2-1-4

Ситуация 8 (ОПК-2)

Какова последовательность решения задач при изучении конъюнктуры рынка:

1. оценка воздействия конъюнктурно-образующих факторов, их взаимосвязь и обусловленность, направленность действия
2. выявление активности взаимодействия факторов для разработки прогноза
3. анализ рынка, конкурентов, изучение ассортимента продукции, ценообразования и др. показателей
4. систематизация показателей

Варианты ответа:

1. 3-4-1-2
2. 1-2-3-4
3. 3-4-1-2
4. 1-2-4-3

Ситуация 9 (ОПК-2)

Определить емкость рынка стирального порошка, если известно, что стандартная (разовая) норма потребления 100 гр., частота обращения 6 раз в месяц, потенциальными потребителями являются 370 тыс. человек, из них 75 % -реальные потребители.

Варианты ответа в тн. (округлите до десятых):

1. 166,5 тн.
2. 175 тн.

Ситуация 10 (ОПК-2)

В течение прошлого года падали как цена товара, так и объем его продаж. Какой из нижеприведенных факторов обуславливает эти изменения:

1. увеличение спроса
2. увеличение предложения
3. уменьшение предложения
4. уменьшение спроса

Варианты ответа:

1. 2-4
2. 1-2
3. 3
4. 4.

Примерные практические задания к зачету

Задание 1

Определить покупательные фонды населения города и емкость рынка, по следующим данным:

- денежные доходы населения составили 850,5 млн.руб;
- нетоварные расходы составляют 20% от общей суммы денежных доходов;
- степень охвата покупательных фондов населения товарооборотом-90,5 %;
- инорайонный спрос определен в размере 10 % товарооборота;
- продажа товаров предприятиям и организациям составляет 40,5 от емкости рынка.
- вывоз денег отсутствует.

Задание 2

Определить емкость рынка фруктовых соков, если известно, что месячная норма потребления на 1 человека составляет 5л., потенциальными потребителями фруктовых соков являются 130 тыс. жителей, из них 20% реальные потребители

Задание 3

Фирма, занимающаяся реализацией фруктов, решила увеличить выручку от продажи апельсинов, подняв цену с 25 до 31 руб. за кг. При этом объем продаж за день сократился с 220 до 170 кг. Удалось ли фирме достичь поставленной цели и как это характеризует эластичность спроса по цене на апельсины?

Задание 4

Определить емкость рынка изделий и целесообразность создания предприятия по их производству в данном регионе.

Исходные данные:

1. Численность потребителей в регионе -1200 тыс.чел.
2. Норма душевого потребления - 3,5 шт./ чел в год
3. Мощность местных предприятий - 1200 тыс.шт.
4. Ввоз аналогичных товаров в год – 2000 тыс. шт.
5. Вывоз продукции из региона – 500 тыс.шт.

Задание 5

Рассчитать возможный объем спроса по сахару на будущий год, если известно, что:

- в отчетном году объем реализации на душу населения составил 870 руб;
- коэффициент эластичности спроса на сахар на душу населения равен 0,4;
- денежные доходы населения возрастут на 3,5 %, а численность населения на 0,2%.

Задание 6

Составить прогноз объема платных услуг в фирме методом экстраполяции (по сложившемуся приросту объема услуг) на 2006 и 2007 гг. Известно, что в 1998 г. объем платных услуг составлял 207 тыс.руб., а в 2005 г. -258 тыс. руб. в сопоставимых ценах. Сложившиеся условия фирмы существенно не изменятся.

Примерные практические задания к экзамену

Ситуация 1 (ОПК-2)

Упорядоченная система мер, принимаемых государством в установленных законом формах в целях воздействия на поведение субъектов предпринимательской деятельности для проведения государственной экономической политики –это: _____

_____ рынка потребительских товаров

Ситуация 2(ОП-2)

В течение прошлого года падали как цена товара, так и объем его продаж. Какой из нижеприведенных факторов обуславливает эти изменения?

- 1 увеличение спроса
2. увеличение предложения
- 3.. уменьшение предложения
- 4.уменьшение спрос

Варианты ответа:

- 1.1
- 2.2
- 3.1,3
- 4.4

3. Ситуация 3 (ОПК-2)

Показатели оценки товарного предложения на потребительском рынке:

Варианты ответа:

- 1. объем производства и объем поставок в торговлю, ввоз и вывоз отечественной продукции, себестоимость цена, рентабельность и т.д.
- 2.. снятие с производства устаревших типов и видов моделей
- 3. стандартизация и унификация продукции
- 4. группы сложности товара

Варианты ответа:

- 1.1
- 2.2,3
- 3. 3,4

Ситуация 4 (ОПК-2)

Формирование в составе цепных торговых фирм закупочных торговых центров-оптовых предприятий, а также проникновение промышленного капитала в оптовую и розничную торговлю, а затем и торгового капитала в промышленные-это _____ интеграция (пишите вариант ответа)

Ситуация 5 (ОПК-2)

Интеграция торговли-это:

- 1.. экономический процесс, объединение и форма сотрудничества предприятий
- 2. форма обеспечения выживаемости предприятия
- 3. форма структурной устойчивости
- 4. монополизация в отрасли

Ситуация 6 (ОПК-2)

Норматив оборотных средств предприятия- 330 тыс. руб. План товарооборота – 19800 тыс.руб.

Определить: коэффициент оборачиваемости оборотных средств (раз), длительность одного оборота

Варианты ответа:

- 1. К об- 60- раз,)дн-6дн
- 2. К об- 65 раз, Одн. -6 дн

Ситуация 7 (ОПК-2)

Кодекс добросовестных практик практик- это:

- 1. свод рекомендуемых правил взаимодействия между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров;
- 2. государственное регулирование коммерческой деятельности;
- 3. регулирование конкуренции в сфере торговли;
- 4. механизм развития розничной торговли.

Варианты ответа:

- 1. 1
- 2 1-2-3-4
- 3. 3-4

Ситуация 8(ОПК-2)

Эффективность торговой отрасли-это:

- 1. способность достигать поставленные цели, используя имеющиеся у нее ресурсы
- 2. совокупный результат, характеризующий торговлю как часть хозяйственного механизма, выполняющую как экономические, так и социальные функции;
- 3. соотношение достигнутого отраслью конечного результата и совокупных затрат, обеспечивших его получение

4.. результативности выполняемых отраслью функций, направленных на оптимизацию рынка потребительских товаров и наиболее полное удовлетворение спроса населения на товары и услуги.

Варианты ответа:

1. 1,2
2. 1,2,3
3. 1,2,3,4
4. 4

Ситуация 9 (ОПК-2)

Социальный эффект торговли характеризуют показатели:

- 1.. качество торгового обслуживания, сокращение издержек на потребление
2. вовлечение в оборот товарных ресурсов местных производителей;
3. воспроизводство рабочей силы на региональном рынке;
4. охват розничным оборотом покупательных фондов населения;

Варианты ответа:

1. 1
2. 1-2
3. 3
4. 1-2-3-4

Ситуация 10 (ОПК-2)

Негосударственное регулирование-это:

1. различные соглашения об объединении предприятий, создании внутри и межотраслевых комплексов , регулирующее воздействие коммерческих банков, бирж , ассоциаций
2. Защита нарушенных прав в совокупности с мерами по реализации и обеспечению прав потребителей
3. реализация политики партнерства

Варианты ответа:

1. 1
2. 1-2
3. 1-2-3

Примерные практические задания к экзамену

Задание 1

На основе данных представленных в таблице провести расчет темпов роста оборота розничной торговли, оптовой торговли и общественного питания, рассчитать удельный вес оптового товарооборота, розничного товарооборота и оборота общественного питания в общем объеме товарооборота. Сделать выводы по результатам расчётов.

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Оборот - всего, млрд. руб. в том числе:	17303,7	22979,7	28948,7	36698,9	46788,4
Темп роста, % к предыдущему году	X				
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	5641,8	7040,9	8690,1	10853,0	13919,6
Темп роста, % к предыдущему году	X				
Оборот оптовой торговли, млрд. руб.	11422,9	15626,0	19859,1	24759,7	32145,7
Темп роста, % к предыдущему году	X				
Оборот общественного питания, млрд. руб.	239,0	312,8	399,5	543,1	723,1
Темп роста, % к предыдущему году	X				

Показатели	1 год		2 год		3 год		4 год		5 год	
	сумма	уд. вес,	сумма	уд. вес,	сумма	уд. вес,	сумма	уд. вес	сумма	уд. вес

		%		%		%		, %		, %
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	5641,8		7040,9		8690,1		10853,0		13919,6	
Оборот оптовой торговли, млрд. руб.	11422,9		15626,0		19859,1		24759,7		32145,7	
Оборот общественного питания, млрд. руб.	239,0		312,8		399,5		543,1		723,1	
Оборот - всего, млрд. руб.										

Задание 2

На основе данных представленных в таблице рассчитать: изменение объема товарооборота и темпы его роста, изменение численности предприятий торговли и темп их роста, товарооборот, приходящийся на одно предприятия торговли, его изменение и темпы роста за последние годы. Сравнить полученные результаты и сделать выводы.

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Оборот – всего, млрд. руб.	17303,7	22979,7	28948,7	36698,9	46788,4
в том числе:					
Изменение по сравнению с прошлым годом, тыс. рублей	X				
Темп роста, в % к предыдущему году	X				
Число предприятий и организаций торговли, тыс. предприятий	1621,6	1759,7	1710,7	1659,4	1807,5
Изменение по сравнению с прошлым годом, тыс. рублей	X				
Темп роста, в % к предыдущему году	X				
Товарооборот на одно предприятия, млрд. руб.					
Изменение по сравнению с прошлым годом, тыс. рублей	X				
Темп роста, в % к предыдущему году	X				

Задание 3

На основе данных представленных в таблице провести расчет недостающих показателей и написать развернутую пояснительную записку на основе имеющихся данных провести расчёт прогнозного показателя.

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	прогноз
Денежные доходы – всего, млрд. руб.	10976,3	13819,0	17267,3	21576,0	23447,0	
в том числе:						
Оплата труда, млрд. руб.	7137,9	8789,1	11215,9	14564,7	16239,6	
Удельный вес, %						
Темп роста, %	X					
Прирост, руб.	X					
Социальные выплаты, млрд. руб.	1407,4	1755,6	2080,3	2477,7	3334,0	
Удельный вес, %						
Темпы роста, %	x					
Прирост, руб.	X					
Доходы от собственности, млрд. руб.	904,2	1424,5	1720,7	1892,6	2282,5	
Удельный вес, %						
Темпы роста, %	X					
Прирост, руб.	X					
Доходы от предпринимательской	1285,5	1580,3	1913,6	2133,8	2586,3	

деятельности, млрд. руб.						
Удельный вес, %						
Темпы роста, %	x					
Прирост, руб.	X					
Другие доходы, млрд. руб.	241,3	269,5	336,8	425,5	512,3	
Удельный вес, %						
Темпы роста, %	x					
Прирост, руб.	X					
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.	6410,3	8111,9	10182,6	12550,9	14939,2	
Темпы роста, %	X					
Прирост, руб.	X					
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, рублей	6739,5	8554,9	10633,9	13593,4	17290,1	
Темпы роста, %						
Прирост, руб.	X					
Покупательные фонды населения, млрд. руб.	7670,7	9613,8	11905,9	14929,9	19032,0	
Удельный вес в денежных доходах, %						
Темп роста, %	X					
Прирост, руб.	X					

Задание 4

Выполнить необходимые расчеты, сделать вывод, оценить качество жизни населения

Таблица 2 – Динамика розничного товарооборота 2019-2020 гг.

Показатели	2019 год	2020 год	Отклонения от прошлого года	Темп роста в %к прошлому году
Общий товарооборот, млн. руб	33540000	32970000	-570	97,1
В том числе:				
Продовольственными товарами	16065660	15647953	-417707	97,4
Непродовольственными товарами	17474340	16565674	-908666	94,8
Численность населения, млн. чел	146	146	0	100
Товарооборот на душу населения, руб				
В том числе:				
Продовольственными товарами				
Непродовольственными товарами				
Среднедушевые доходы населения, руб				

7.3.3. Перечень тем курсовых работ

1. Экономическая сущность торговли и ее роль в хозяйственном механизме страны.
2. Характеристика торговой отрасли и основные тенденции ее развития.
3. Экономическая сущность розничной торговли и ее роль в развитии рынка потребительских товаров.
4. Анализ организации оптовой торговли как организатора товарного предложения на рынке потребительских товаров.
5. Оптовая торговля как организатор товарного предложения на рынке потребительских товаров.
6. Экономическая характеристика розничной торговли.
7. Анализ ресурсов потребительских товаров и источники их поступления на рынок.
8. Ресурсный потенциал отрасли, его состав и экономическая характеристика.
9. Анализ состояния общественного питания как особой подсистемы торговой отрасли
10. Экономические показатели состояния и развития торговой отрасли.
11. Факторы, определяющие развитие отрасли, объективная необходимость их изучения в торговле.
12. Оценка эффективности организации торговли и пути ее повышения на современном этапе.
13. Эффективность торговли и пути ее повышения на современном этапе
14. Эффективность общественного питания и пути ее повышения
15. Рынок потребительских товаров (на примере конкретного товарного рынка): сущность, функции, экономическая характеристика (например «Рынок ювелирных изделий: сущность, функции, экономическая характеристика»).
16. Анализ спроса на рынке ... товара: сущность, характеристики, факторы и показатели развития (например «Спрос на рынке сыров: сущность, характеристики, факторы и показатели развития»).
17. Потребительский спрос - его анализ и прогнозирование в торговле.
18. Роль торговли в удовлетворении спроса населения на отдельных товарных рынках.
19. Конъюнктура рынка потребительских товаров: сущность, факторы и показатели формирования.
20. Анализ товарного предложения потребительских товаров и его формирование на федеральном (региональном) рынке.
21. Анализ товарного предложение на рынке ... товара: сущность, характеристики, факторы и показатели развития (например «Предложение легковых автомобилей: сущность, характеристики, факторы и показатели развития»).
22. Анализ организации внутригосударственной торговой политики и ее развитие на разных этапах
23. Исследование состояния развития территориальной торговли: сущность, экономическая характеристика, пути повышения эффективности..
24. Причины и история развития торговой отрасли в РФ(или на отдельной территории).
25. Анализ развития интеграционных процессов в торговле- тенденции и перспективы.
26. Исследование процессов концентрация и диверсификации в розничной (оптовой) торговле.
27. Конъюнктура рынка потребительских товаров: сущность, факторы и показатели формирования.
28. Государственное регулирование рынка потребительских товаров.
29. Развитие электронной коммерции в России.
30. Исследование интеграционных процессов в логистике
31. Использование франчайзинга на розничном рынке России

**Приложение 7
к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании кафедры логистики и коммерции

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КУРСОВОЙ РАБОТЫ
по дисциплине
Основы торговли потребительскими товарами**

Цели и задачи курсовой работы

Курсовая работа - самостоятельная работа студента, являющаяся одним из важных элементов учебного процесса по подготовке бакалавров направления подготовки «Торговое дело».

Написание курсовой работы имеет цель углубить и закрепить теоретические знания, полученные студентами в процессе аудиторных занятий, предполагает более глубокое изучение отдельных разделов курса, способствует развитию навыков теоретических и экспериментальных исследований, экономических расчетов и обоснований, необходимых для принятия решений в сфере коммерции, логистики и торговли

Требования, предъявляемые к курсовой работе

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- ~ работа должна быть выполнена самостоятельно;
- ~ содержать новейшие материалы, относящиеся к рассматриваемой теме (законы, положения, статистические данные, данные отчетов, различные методики и др.);
- ~ освещать различные точки зрения по затронутым в работе дискуссионным вопросам и обязательно аргументировать позиции по этим вопросам;
- ~ иметь конкретные самостоятельные предложения или мероприятия по совершенствованию, тесно увязанные с результатами проведенного анализа;
- ~ выявлять резервы дальнейшего повышения эффективности деятельности отрасли;
- ~ максимально использовать экономико-математические методы и средства компьютеризации расчетов;
- ~ соответствовать типовым и рабочим программам, направлению подготовки «Торговое дело»

Права и обязанности исполнителя и научного руководителя

Руководство работой осуществляется профессорско-преподавательским составом кафедры Коммерции, логистики и экономики торговли.

Руководитель обязан обеспечить высококвалифицированные научные консультации, оказывать необходимую методическую помощь, стимулировать инициативу, осуществлять контроль за выполнением работы.

Контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в формах проверки соблюдения сроков изучения литературы, сбора материалов и подготовки отдельных глав, систематических собеседований, консультаций, просмотра отдельных частей и всей работы.

Руководитель должен быстро ориентироваться в материалах, оценивать и предлагать правильное решение, оказывать помощь в выборе темы, разработке подробного плана. Первоначальный вариант плана студент разрабатывает сам, подробный план составляет совместно с руководителем.

Студент выполняет работу самостоятельно. Он должен проработать имеющуюся литературу по теме, собрать и обработать большой практический материал, материалы статистической отчетности; ясно представлять цель, задачи, структуру работы, необходимую информацию, иметь свои варианты плана и подходов к решению поставленных задач. Студент должен неукоснительно выполнять график работ и все требования руководителя, являться на консультации подготовленным, со своими предложениями и вариантами выполнения работы.

Выбор темы и подготовка к написанию курсовой работы

Для выполнения курсовой работы студент выбирает одну из тем, рекомендуемых

методическими указаниями (Приложение А).

Данная тематика непосредственно связана с основным направлением научно-исследовательской работы кафедры. Выбранная тема должна быть актуальной и отражать современные тенденции в экономике. Название темы должно быть предельно четким, характеризовать важную проблему и одновременно конкретно отражать цель исследования.

После выбора и утверждения темы составляется предварительный план курсовой работы на основе типовых методических указаний и рекомендаций научного руководителя. Формулировка отдельных вопросов курсовой работы должна быть подчинена конечной цели исследования и раскрытию темы. Количество вопросов зависит от темы исследования, но при этом следует избегать как очень ограниченного их числа, так и большого их количества.

В первом случае проблема может получить одностороннее освещение, а во втором – поверхностный подход. Количество разделов должно определяться объемом курсовой работы – 35–40 страниц машинописного текста. После составления проекта плана работы необходимо внимательно ознакомиться с литературой, опубликованной по данной теме.

В качестве литературных источников следует использовать учебники и учебные пособия, монографии по проблемам рынка потребительских товаров и торговли, журналы, отражающие проблемы рынка, торговли, спроса, ценообразования, опубликованные данные статистической отчетности, отчеты фирм и исследовательских агентств. Рекомендуется использовать как отечественные, так и зарубежные публикации, отражающие проблемы формирования, организации и регулирования на рынке. При подборе литературы необходимо обращать внимание на год издания книги и ее актуальность к моменту выполнения работы.

В результате ознакомления с библиографией по теме студент должен продумать порядок подбора материала и грамотно составить список литературных источников. На основе составленного списка окончательно уточняется план курсовой работы и намечается последовательность изложения материала.

Литературный материал должен быть хорошо изучен, глубоко проанализирован и творчески изложен в работе, т.е. написан своим языком.

При изучении литературы не нужно стремиться только к заимствованию материала. Параллельно следует обдумывать поступающую информацию. Этот процесс должен совершаться на протяжении всей работы над темой, тогда собственные мысли, возникшие в ходе знакомства с публикациями ведущих теоретиков и практиков, послужат основой для выводов и обобщений.

Подготовка к написанию курсовой работы, наряду с чтением учебной и научной литературы по избранной теме, включает также поиск фактического материала по основным вопросам избранной темы и подбор методик его обработки и анализа.

Требования к структуре и содержанию курсовой работы

Курсовая работа включает в себя введение, основную часть, заключение, список использованных источников и приложения.

Введение содержит обоснование актуальности выбранной темы применительно к моменту времени и настоящему или будущему месту работы студента. Во введении: формулируются цели и задачи исследования, обозначаются теоретические основы исследования, определяются предмет и объект исследования. Предметом исследования могут выступать как конкретный раздел курса (рынок, торговля, рыночный механизм и т.д.), так и отдельные подразделы его. Объектом исследования является информация, содержащаяся в литературных, обзорных и статистических публикациях.

Во введении определяются методические основы исследования перечислением приемов и методов, применяемых в работе. Для подтверждения актуальности проблемы уместно привести 2–3 цитаты (не более) с обязательной ссылкой на источник. Объем введения не более 2 страниц

машинописного текста

Основная часть курсовой работы состоит из отдельных разделов и подразделов. Рекомендуется включать в основную часть не более 3 разделов, увязанных между собой и отвечающих целям и задачам всего исследования и каждой его части. В случае необходимости каждый раздел (или некоторые из них) можно разделить на подразделы. Однако целесообразность такого деления определяется важностью и законченностью информации подразделов и ее объемом не менее 8-9 страниц.

В первом разделе работы следует рассмотреть теоретические аспекты в целом. Здесь необходимо осветить понятие, природу, сущность вопроса как на основе общей экономической теории, так и на основе теории рынка потребительских товаров. Студент должен обобщить различные подходы и точки зрения ведущих теоретиков и определить свое отношение к трактовке отдельных положений. Самостоятельность рассмотрения экономических проблем значительно повышает ценность работы. Однако собственное суждение по любому вопросу должно быть аргументировано. По некоторым темам в первом разделе может быть дана и общая экономическая характеристика проблемы с использованием статистического материала. Раскрываются особенности функционирования, определяются факторы, влияющие на события и явления.

При изложении как теоретического, так и практического материала не допускается списывать текст полностью или частично из опубликованных работ, а следует использовать материал в собственном изложении. При этом и переработанный текст, и прямые цитаты их первоисточников должны сопровождаться ссылками на автора и источник информации.

Изложение заимствованного материала в виде цифровых данных для иллюстраций отдельных положений работы из справочников, монографий и других литературных источников или цитат, произвольное изложение принципиальных положений, как уже говорилось ранее, должно включаться в работу со ссылкой на соответствующий источник.

Дискуссионные вопросы излагаются следующим образом. Прежде всего, по спорным вопросам необходимо приводить мнения различных авторов, причем мысль автора, точка зрения которого критикуется, излагается без сокращений. Только при соблюдении этого условия критика может быть объективной. Лишь после этого можно обосновывать собственное мнение по спорному вопросу или соглашаться с одной из уже имеющихся точек зрения, выдвигая в любом случае соответствующие аргументы. Работа должна быть написана экономически грамотно, простым литературным языком. При этом необходимо избегать повторений и множества цитат.

Основой для написания теоретического раздела могут явиться только фундаментальные работы ведущих ученых и данные официальной статистики.

Рекомендуется использовать газетные и журнальные статьи для обоснования теоретических положений.

Объем первого раздела курсовой работы может составлять не менее 15 страниц машинописного текста.

Второй раздел обязательно должен носить характер экономико-математического, экономико-статистического, экономико-социологического исследования отдельных проблем выбранной темы.

Теоретические характеристики проблем должно быть подтверждены и проиллюстрированы фактическим материалом. Основными требованиями для подбора таких данных являются их достоверность, целенаправленность и обязательная увязка с теоретическими положениями. В качестве основных способов получения фактического материала рекомендуются подбор опубликованной вторичной информации и проведение собственных наблюдений изучаемого явления с целью получения первичной информации. Информационную базу могут составлять: опубликованные данные официальных органов федерального, регионального или отраслевого управления; статистическая отчетность официальных органов и отдельных хозяйствующих

субъектов; сведения, полученные самим исследователем в ходе анкетирования, опроса экспертов, выборочных обследований и т.д.

На основе самостоятельного исследования в этих разделах рекомендуется: дать теоретическую характеристику того или иного экономического явления в сфере рынка; выявить основные тенденции и закономерности развития явлений и процессов; определить, какие факторы повлияли на состояние и динамику рынка или на деятельность субъектов в его сфере; установить и обозначить основные причины происходящих рыночных процессов; сравнить характер и развитие изучаемой проблемы не только во времени, но и в пространстве и т.д. Необходимо показать умение систематизировать, анализировать, обобщать первичную информацию. Аналитическая часть курсовой работы отражает попытку самостоятельного исследования (эксперимента) и поэтому является основной как по содержанию, так и по объему.

В работу следует включать схемы, графики, диаграммы, а также собственные расчёты, полученные на основе обработки первичной информации. Их применение способствует повышению наглядности и убедительности материала, более глубокому раскрытию сущности явлений, что свидетельствует о культуре изложения, позволяет в лаконичной форме отразить полноту знаний.

В соответствии с рекомендациями кафедры она должна составлять 17-20 страниц машинописного текста.

Третий раздел работы является итоговым, его название должно соответствовать конечной цели работы. В нем могут быть рассмотрены перспективы развития изучаемого явления, обозначены основные пути разрешения нерешенных проблем. На основе проведенного анализа могут быть сформулированы рекомендации по оптимизации рынка, сбалансированию спроса и предложения по повышению эффективности рыночного механизма и т.п. Степень детализации и глубина предложений зависят от темы курсовой работы и ее характера.

Если работа выполняется на базе фактического материала, то особую ценность представляют самостоятельные расчеты, прогнозы и планы, адресованные предприятиям или структурам, работающим в сфере рынка. Все рекомендации при этом должны носить целенаправленный характер и вытекать из предыдущих разделов аналитической части работы.

Обязательным требованием к содержанию данного раздела является то, что он служит логическим завершением исследования, т.е. продолжает и развивает положения предыдущих разделов работы. Объем раздела может составлять 7–10 страниц рукописного текста.

Заключение работы состоит из 2-3 страниц текста. В нем кратко должно быть обобщено все проведенное исследование, изложены выводы по каждому разделу, подчеркнуты особо важные положения. Особенно следует выделить самостоятельность проведенного исследования.

Оформление работы

Курсовая работа должна содержать:

- 1) титульный лист;
- 2) содержание;
- 3) введение;
- 4) основную часть (3 главы);
- 5) заключение;
- 6) список использованных источников;
- 7) приложения.

Курсовая работа должна быть оформлена в соответствии с Положением о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и дипломных работ. Законченная курсовая работа подписывается студентом на титульном листе и на последней странице заключения.

Порядок представления и защиты курсовой работы

Курсовая работа выполняется студентом в сроки, установленные учебным планом и в соответствии с графиком, утвержденным руководителем (для очного отделения) или кафедрой (заочное отделение).

Защита курсовой работы предшествует сдаче экзамена по предмету и осуществляется в досессионный период. Без защиты курсовой работы студент к экзамену не допускается.

Ориентиром в подготовке к защите курсовой работы является рецензия, которую представляет научный руководитель по мере представления от студента работы на проверку. В рецензии дается предварительная оценка работы, возможно в форме вывода «Работа допускается к защите». Окончательная же оценка дается после защиты с учетом исправления замечаний, высказанных руководителем в ходе рецензирования в устной или письменной форме.

Работа не допускается к защите, если: она не носит самостоятельный характер и выполнена на основе заимствований из сети Интернет; основные вопросы не раскрыты, изложены схематично, а в тексте содержится ошибочные положения; научный аппарат работы оформлен неграмотно, без учета методических указаний и ГОСТов, работа оформлена с нарушением Положения о порядке оформления работ.

Если работа не допущена к защите, то она должна быть студентом переработана в соответствии с рецензией и вновь представлена на проверку руководителю. Изменение темы курсовой работы не допускается.

Подготовиться к защите курсовой работы – значит, в соответствии с рецензией устранить ошибки и недостатки, изучить литературу, углубить понимание вопросов темы, продумать логику выступления и доказательства основных выводов, осмыслить написанное в работе и быть готовым ответить на вопросы.

Для защиты студенту может быть представлена возможность сделать сообщение за 5–7мин, в течение которых он кратко формулирует цель, задачи работы, актуальность темы, характеризует объект исследования и докладывает основные выводы.

Курсовая работа студентов оценивается по четырех балльной системе.

Оценка «отлично» ставится при наличии следующих условий:

- ~ высокий теоретический уровень и глубокое освоение основных вопросов исследования;
- ~ умение сочетать теорию проблемы с практическими аспектами ее развития;
- ~ использование для исследования современных методов и приемов;
- ~ умение делать обоснованные выводы и рекомендации;
- ~ соответствие оформления текста, иллюстраций, таблиц и т.д. требованиям ГОСТа;
- ~ высокая оценка работы научным руководителем;
- ~ полные и квалифицированные ответы на все поставленные комиссией вопросы.

Оценка «хорошо» ставится при наличии достаточных знаний и освещении основных вопросов темы, а также элементов самостоятельного исследования практических материалов. Обязательным условием являются правильные ответы на основные вопросы по теме, заданные членами комиссии.

Оценка «удовлетворительно» ставится при освещении в работе вопросов темы, при ответах на вопросы, связанные непосредственно с содержанием работы, и представлении некоторых выводов по результатам работы.

Оценка «неудовлетворительно» может быть поставлена студенту, если он не сможет защитить представленную работу, т.е. не ответил на принципиальные вопросы членов комиссии.

Тематика курсовых работ

1. Экономическая сущность торговли и ее роль в хозяйственном механизме страны.
2. Характеристика торговой отрасли и основные тенденции ее развития.
3. Экономическая сущность розничной торговли и ее роль в развитии рынка потребительских товаров.
4. Анализ организации оптовой торговли как организатора товарного предложения на рынке потребительских товаров.
5. Оптовая торговля как организатор товарного предложения на рынке потребительских товаров.
6. Экономическая характеристика розничной торговли.
7. Анализ ресурсов потребительских товаров и источники их поступления на рынок.
8. Ресурсный потенциал отрасли, его состав и экономическая характеристика.
9. Анализ состояния общественного питания как особой подсистемы торговой отрасли.
10. Экономические показатели состояния и развития торговой отрасли.
11. Факторы, определяющие развитие отрасли, объективная необходимость их изучения в торговле.
12. Оценка эффективности организации торговли и пути ее повышения на современном этапе.
13. Эффективность торговли и пути ее повышения на современном этапе.
14. Эффективность общественного питания и пути ее повышения.
15. Рынок потребительских товаров (на примере конкретного товарного рынка): сущность, функции, экономическая характеристика (например «Рынок ювелирных изделий: сущность, функции, экономическая характеристика»).
16. Анализ спроса на рынке ... товара: сущность, характеристики, факторы и показатели развития (например «Спрос на рынке сыров: сущность, характеристики, факторы и показатели развития»).
17. Потребительский спрос - его анализ и прогнозирование в торговле.
18. Роль торговли в удовлетворении спроса населения на отдельных товарных рынках.
19. Конъюнктура рынка потребительских товаров: сущность, факторы и показатели формирования.
20. Анализ товарного предложения потребительских товаров и его формирование на федеральном (региональном) рынке.
21. Анализ товарного предложения на рынке ... товара: сущность, характеристики, факторы и показатели развития (например «Предложение легковых автомобилей: сущность, характеристики, факторы и показатели развития»).
22. Анализ организации внутригосударственной торговой политики и ее развитие на разных этапах.
23. Исследование состояния развития территориальной торговли: сущность, экономическая характеристика, пути повышения эффективности..
24. Причины и история развития торговой отрасли в РФ(или на отдельной территории).
25. Анализ развития интеграционных процессов в торговле- тенденции и перспективы.
26. Исследование концентрации и диверсификация в розничной (оптовой) торговле.
27. Конъюнктура рынка потребительских товаров: сущность, факторы и показатели формирования.
28. Государственное регулирование рынка потребительских товаров.
29. Развитие электронной коммерции в России.
30. Исследование интеграционных процессов в логистике.
31. Использование франчайзинга на розничном рынке России.

Примерный план курсовой работы на тему:
«Общественное питание как особая подсистема торговой отрасли»

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Сущность общественного питания, как подотрасли торговли	5
1.1 Значение общественного питания и его роль на потребительском рынке	5
1.2 Факторы, влияющие развитие общественного питания в городе	10
1.3 Показатели характеризующие состояние общественного питания	15
2 Анализ организации общественного питания в г. Екатеринбурге	20
2.1 Анализ состояния организации питания в г. Екатеринбург	20
2.2 Анализ факторов, влияющих на развитие общественного питания	25
2.3 Проблемы развития общественного питания в г. Екатеринбург	31
3 Пути совершенствования и перспективы развития общественного питания в городе	36
Заключение	43
Список использованных источников	45
Приложения	47

Примерный план курсовой работы на тему:
«Спрос на рынке сыров: сущность, характеристики, факторы и показатели развития»

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Понятие и особенности развития спроса	5
1.1 Спрос, как рыночная категория и его характеристики	5
1.2 Факторы, влияющие на формирование спроса	9
1.3 Особенности развития спроса на сыры и показатели его развития	14
2 Анализ спроса на сыры	19
2.1 Анализ состояния и развития спроса на сыры	19
2.2 Анализ факторов, влияющих на развитие спроса на сыры	24
2.3 Проблемы развития спроса на сыры и сырную продукцию	30
3 Перспективы развития спроса на сыры	36
Заключение	42
Список использованных источников	44
Приложения	46

Примеры оформления курсовой работы

1) Пример оформления раздела «Введение»

ВВЕДЕНИЕ

Кофе — один из самых популярных напитков в мире, является еще и самым ценным рыночным товаром. По оценкам экспертов каждый день по всему свету выпивается около 2 250 000 000 чашек разных видов кофе.

2) Пример оформления 1 главы

1. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

1.1 СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ФУНКЦИИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Рынок потребительских товаров занимает важную роль в развитии рыночной экономики страны, обеспечивает протекание воспроизводства.

3) Пример оформления рисунка

Среди напитков в традиционных кофейнях самым популярным стал американо (Рисунок 3):

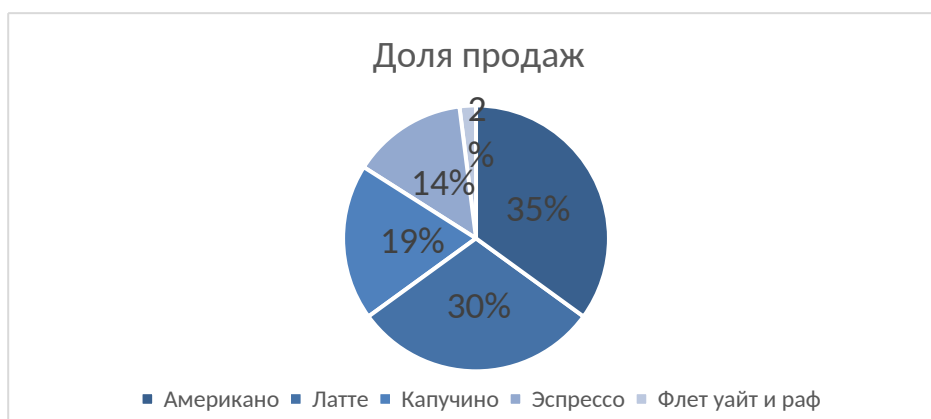


Рисунок 3 – Доля продаж различных разновидностей кофе в России, в %

4) Пример оформления таблицы

Таблица 7 – Структура продаж кофе в России, тонн

Наименование	2016	2017	2018	2019
Объем продаж зернового кофе, тонн	62 140	63 700	68 000	72 900
Темп роста, %	X	102,51	106,75	107,21
Темп прироста, %	X	2,51	6,75	7,21
Отклонение	X	1 560	4 300	7 900
Объем продаж растворимого кофе, тонн	176 860	183 750	186 880	194 400
Темп роста, %	X	103,90	101,70	104,02
Темп прироста, %	X	3,90	1,70	4,02
Отклонение	X	6 890	3 130	7 520

Основная литература:

1. Сулова, Ю. Ю. Товарное обращение : Учебное пособие / Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2019. - 120 с. - (ВО - Бакалавриат). - ISBN 978-5-7638-4132-9. - Текст. Электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818702> (дата обращения: 27.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
2. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли : Учебник для бакалавров / Шакланова Р. И., Юсова В. В. - Москва : Юрайт, 2019. - 468 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-2987-4. - Текст. Электронный. - URL: <https://urait.ru/bcode/425898> (дата обращения: 27.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
3. Чеглов В.П. Торговое дело. Экономика и управление интегрированной торговой организацией. Пособие.- М.: Проспект, 2019.
4. Карх, Д. А. Основы торговли потребительскими товарами : учебное пособие / Д. А. Карх, В. М. Гаянова, З. О. Фадеева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2017. - 170 с. - Текст : непосредственный. - URL: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/18/p490468.pdf> (дата обращения:).
5. Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике [Текст] : Монография / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 160 с. h6
- 6.. Кузнецова Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2024. - 266 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/5415>

Дополнительная литература:

1. Депутатова, Е. Ю. Методика оценки и факторы повышения качества обслуживания в розничной торговле : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 138 с. - (ВО - Бакалавриат). - ISBN 978-5-394-03790-0. - Текст. Электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232145> (дата обращения: 27.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
2. Баженов, Ю. К. Розничная торговля в России : Монография / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1-е изд. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 239 с. - (Дополнительное профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-011592-4. - Текст. Электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002707> (дата обращения: 27.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
3. 2. Ахмаева Л.Г., Еремеева А.И. Маркетинговое проектирование интернет-магазинов потребительских товаров [Электронный ресурс]:Монография. - Москва: Русайнс, 2024. - 166 –Режим доступа: <https://book.ru/book/955937>

Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «интернет»

- 1 Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" ФЗ-381 (с изменениями на 28 декабря 2025 года)https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421932/
2. Федеральный закон "О саморегулируемых организациях" от 01.12.2007 № 315-ФЗ (ред. от 02.07.2021) (актуален на 15.03.2023)-https://www.consultant.ru/document/cons_doc

3.Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ ,(с изменениями на 25 ноября 2025 г). Режим джоступа: <https://docs.cntd.ru/document/9027690>

4.ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-стВведен в действие 1 октября 2023 г.)-Режим доступа:

[Consultant.ru](https://www.consultant.ru) <https://www.consultant.ru> > [cons_doc_LAW_457788](https://www.consultant.ru)

5."ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения" (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 N 191-ст.- Режим доступа:<https://docs.cntd.ru> > document.

6. Распоряжение Правительства РФ от 11 апреля 2022 г. № 832-р Об утверждении плана мероприятий по реализации Концепции развития оптовых продовольственных рынков в РФ- URL:<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/404395524>

7...Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской

8.Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: www.gks.ru

9. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации- Режим доступа:<https://minpromtorg.gov.ru>

10. Официальный сайт Правительства Свердловской области. -<http://midural.ru>

11. Министерство агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области –Режим доступа: <https://mcxso.midural.ru>

12. .Сайт журнала «Деловой квартал».- Режим доступа: <https://www.dk.ru/news>

1. Министерство финансов Российской Федерации. www.minfin.ru.
2. Министерство экономического развития и торговли РФ. www.economy.gov.ru
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. www.ersds.e-burg.ru
4. Федеральная служба государственной статистики. www.gks.ru.
5. Официальный сайт министерства торговли, питания и услуг Свердловской области. www.midural.ru.
6. Каталог предприятий Урала. www.urfir.ru.
7. Аналитика бизнеса. www.cnews.ru.
8. Сайт журнала «Деловой квартал». www.dk.ru.
9. Сайт журнала «Новости торговли». www.retail.ru.
10. Журнал «Эксперт»/ www.expert.ru
11. Журнал «Эксперт -Урал»/ [www. https://expert.ru/ural/](https://expert.ru/ural/)
12. Министерство агропромышленного комплекса и потребительского рынка. -Режим доступа: <https://mcxso.midural.ru/>
- 13 . Государственная программа развития агропромышленного комплекса и потребительского рынка до 2024 года. Режим доступа: docs.cntd.ru/document/453135181
14. Информация о состоянии и итогах развития потребительского рынка Свердловской области. Режим доступа: <https://mcxso.midural.ru/article/show/id/213>