

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»**

**Экономический факультет
Кафедра товароведения и экспертизы товаров**

УТВЕРЖДАЮ:

Декан Экономического факультета

_____ **Е.С. Тхор**

(подпись)

« 24 » апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМИ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ»**

По направлению подготовки 38.04.07 Товароведение

**Магистерская программа: «Товароведение в области экспертной и
таможенной деятельности»**

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение. – 32 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 961.

СОСТАВИТЕЛЬ:

к.т.н., доцент Попова Я.А.

старший преподаватель Домниченко Р.Г.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров «18» 04 2023 г., протокол № 1-1

Заведующий кафедрой

товароведения и экспертизы товаров  Попова Я.А.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии
Экономического факультета

«21» апреля 2023 г., протокол № 4

Председатель учебно-методической

комиссии Экономического факультета  Шаповалова Е.Н.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целями изучения учебной дисциплины «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» являются:

- формирование у студентов системных теоретических знаний, умений и практических навыков в области организации и управления торговыми предприятиями современных форматов;
- сформировать у студентов системное представление об основах коммерческой деятельности в розничных и оптовых торговых предприятиях применительно к особенностям их функционирования в современных условиях высококонкурентного потребительского рынка.

Задачами освоения учебной дисциплины «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» являются:

- изучение основ организации и управления коммерческой деятельностью в торговых предприятиях современных форматов;
- анализ экономических показателей торгового предприятия и рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности торгово-посреднического звена и инфраструктуры рынка.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин бакалавриата: «Организация торговли», «Менеджмент в торговой деятельности» и служит основой для освоения дисциплины «Товарный консалтинг».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-4. Способен управлять деятельностью торговых предприятий, таможенных органов, экспертных учреждений и их структурных подразделений	ПК-4.И-1. Применяет принципы и методы управления деятельностью торговых предприятий, таможенных органов, экспертных учреждений и их структурных подразделений	Знать: принципы и методы управления деятельностью торговых предприятий
		Уметь: применять принципы и методы управления деятельностью торговых предприятий,
		Владеть: навыками применения принципов и методов управления деятельностью торговых предприятий
	ПК-4.И-3. Организует, контролирует и управляет деятельностью	Знать: правила управления деятельностью персонала торговых предприятий

	персонала торговых предприятий, таможенных органов, экспертных учреждений и их структурных подразделений, обеспечивает его профессиональное развитие	Уметь: организовывать, контролировать и управлять деятельностью персонала торговых предприятий, обеспечивать его профессиональное развитие
		Владеть: навыками контроля и управления деятельностью персонала торговых предприятий

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	216 (6,0 зач. ед.)	216 (6,0 зач. ед.)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	70	10
Лекции	14	2
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	56	8
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	146	206
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Торговые предприятия современных форматов

Факторы, определяющие формат предприятия. Типы предприятий торговли. Современные форматы розничных торговых сетей. Классификация торговых форматов. Механизмы государственного регулирования и нормативно-правовая база обеспечивающая деятельность торговых предприятий.

Тема 2. Изучение структурных изменений современных предприятий торговли

Основы организационного дизайна предприятий торговли современных форматов. Модели организационных структур и область их применения. Анализ и проектирование структуры организации.

Тема 3. Организация работы предприятий торговли современных форматов

Организация товародвижения и товароснабжения. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения. Розничная логистика.

Тема 4. Управление торговой деятельностью предприятий современных форматов.

Особенности торгово-технологических процессов и принципы их организации в торговых предприятиях новых форматов. Управление технологическими процессами. Управление процессом обслуживания покупателей. Формирование ассортимента в розничных торговых организациях. Фирменный стиль магазина. Категорийный менеджмент.

Тема 5. Современные подходы в менеджменте, их сущность

Содержание количественного и процессного подходов. Применение системного подхода в управлении. Применение ситуационного подхода в управлении. Новая роль управления – нововведения (инновации). Характеристика современного менеджмента.

Тема 6. Социально-психологические методы менеджмента

Содержание социально-психологических методов. Соревнование – специфическая форма общественных отношений. Психологическое планирование – новое направление в работе с персоналом. Основные методы управления персоналом.

Тема 7. Роль электронной коммерции в современной экономике

Понятие электронной коммерции. Особенности электронной коммерции. История развития электронной коммерции. Преимущества и недостатки электронной коммерции.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Торговые предприятия современных форматов	2	-
2.	Изучение структурных изменений современных предприятий торговли	2	-
3.	Организация работы предприятий торговли современных форматов	2	2
4.	Управление торговой деятельностью предприятий современных форматов	2	-
5.	Современные подходы в менеджменте, их сущность	2	
6.	Социально-психологические методы менеджмента	2	
7.	Роль электронной коммерции в современной экономике	2	
Итого:		14	2

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Торговые предприятия современных форматов	4	-
2.	Изучение структурных изменений современных предприятий торговли	10	2
3.	Организация работы предприятий торговли современных форматов	10	2
4.	Управление торговой деятельностью предприятий современных форматов	8	2
5.	Современные подходы в менеджменте, их сущность	8	-
6.	Социально-психологические методы менеджмента	8	-
7.	Роль электронной коммерции в современной экономике	8	2
Итого:		56	8

4.5. Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Торговые предприятия современных форматов	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	15	26
2.	Изучение структурных изменений современных предприятий торговли	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	22	30
3.	Организация работы предприятий торговли современных форматов	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	22	30
4.	Управление торговой деятельностью предприятий современных форматов	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	22	30
5.	Современные подходы в менеджменте, их сущность	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	22	30
6.	Социально-психологические методы менеджмента	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	22	30
7.	Роль электронной коммерции в современной экономике	подготовка к практическим работам, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	21	30
Итого:			146	206

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

- технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

- технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

- технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

- технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

- технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных образовательных технологий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов: учебное пособие / сост.: Э.Н. Разнодежина, А.Ю. Разнодежин. –

Ульяновск: УлГТУ, 2020. – 81 с. – ISBN 978-5-9795-1994-4. Текст: электронный: [сайт]. – <http://lib.ulstu.ru/venec/2020/100.pdf>

2. Безбородова Т.М. Управление предприятиями торговли. Учебное пособие / Т.М. Безбородова, М.Б. Дюжева. – Омск: Издатель Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2011. – 343 с. Текст: электронный: [сайт]. – https://www.rea.ru/ru/org/branches/omsk/Documents/Учебное%20пособие_Управление%20предприятиями%20торговли.pdf

б) дополнительная литература:

1. Дашков Л. П., Памбухчианц В. К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений. – 9-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. – 696 с. – Текст: электронный. – URL: https://www.studmed.ru/dashkov-lp-pambuhchiyanc-vk-kommerciya-i-tehnologiya-torgovli_abfd02b.html

2. Никитина, Н. Ю. Н 624 Организация торгово-технологических процессов : [учеб. пособие] / Н. Ю. Никитина, В. Е. Шкурко, Ю. Е. Шарова ; [науч. ред. С.Н. Полбицын] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 112 с. – Текст: электронный. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42388/1/978-5-7996-1809-4_2016.pdf

в) интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации – <https://minpromtorg.gov.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Библиотека RealLib – [Библиотека Online reallib.org](http://БиблиотекаOnline.reallib.org)

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ» – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GI MP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт

оценочных средств по учебной дисциплине

«Организация и управление торговыми предприятиями современных форматов»

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-4	Способен управлять деятельностью торговых предприятий, таможенных органов, экспертных учреждений и их структурных подразделений	ПК- 4.1	Тема 1. Торговые предприятия современных форматов	1
				Тема 2. Изучение структурных изменений современных предприятий торговли	1
				Тема 3. Организация работы предприятий торговли современных форматов	1
				Тема 4. Управление	1

				торговой деятельностью предприятий современных форматов	
				Тема 5. Современные подходы в менеджменте, их сущность	1
				Тема 6. Социально-психологические методы менеджмента	1
				Тема 7. Роль электронной коммерции в современной экономике	1
			ПК-4.3	Тема 1. Торговые предприятия современных форматов	1
				Тема 2. Изучение структурных изменений современных предприятий торговли	1
				Тема 3. Организация работы предприятий торговли современных форматов	1
				Тема 4. Управление торговой деятельностью предприятий современных форматов	1
				Тема 5. Современные подходы в менеджменте, их сущность	1
				Тема 6. Социально-психологические методы менеджмента	1
				Тема 7. Роль электронной коммерции в	1

				современной экономике	
--	--	--	--	--------------------------	--

**Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал
оценивания**

№ п/п	Код компе- тенции	Индикаторы достижений компетен- ции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контроли- руемые темы учебной дисципли- ны	Наименование оценочного средства
1.	ПК-4	ПК- 4.1	Знать: принципы и методы управления деятельностью торговых предприятий Уметь: применять принципы и методы управления деятельностью торговых предприятий Владеть: навыками применения принципов и методов управления деятельностью торговых предприятий	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7.	Вопросы для устного опроса и самоконтроля, практические задания, тесты
		ПК-4.3	Знать: правила управления деятельностью персонала торговых предприятий Уметь: организовывать, контролировать и управлять деятельностью персонала торговых предприятий, обеспечивать его профессиональное развитие Владеть: навыками контроля и управления деятельностью персонала торговых предприятий	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7.	Вопросы для устного опроса и самоконтроля, практические задания, тесты

**Оценочные средства по дисциплине «Организация и управление
торговыми предприятиями современных форматов»**

Вопросы для устного опроса и самоконтроля:

1. Дать характеристику технологии организации розничной торговой сети.
2. Содержание торгово-технологического процесса.
3. Особенности современных торговых сетей.
4. Проблемы создания торговых предприятий в малых городах.
5. Развитие магазинов по принципу «склад-магазин».
6. Необходимость и возможность создания торговых улиц.
7. Основные проблемы строительства новых магазинов.

8. Основные пути совершенствования торговой сети.
9. Ценовая политика как элемент управления торгово-технологическим процессом.
10. Управление товарным ассортиментом как путь повышения эффективности торгово-технологическим процессом.
11. Программы по стимулированию покупательского спроса.
12. Влияние мерчендайзинга на логистическую стратегию организации.
13. Горизонтальные связи в управлении торгово-технологическим процессом.
14. Вертикальные связи в управлении торгово-технологическим процессом.
15. Многозвенность структуры управления организацией.
16. Информация в принятии управленческих решений.
17. Направление стратегии логистического управления.
18. Основные производственно-хозяйственные функции торговых предприятий.
19. Социальные функции торговых предприятий.
20. Принципы управления государственными предприятиями в социалистической системе.
21. Принципы управления собственным предприятием.
22. Управление акционерным обществом.
23. Управление предприятия трудовым коллективом.
24. Особенности технологической планировки современных магазинов.
25. Основные показатели хозяйственной деятельности.
26. Проблема хозяйственного риска на современном торговом предприятии.
27. Влияние экономических реформ на методы стратегического развития предприятия.
28. Особенности функционирования современных торговых предприятий.
29. Торговые отношения в плановой экономике.
30. Торговые отношения в рыночной экономике.
31. Роль крупных государственных предприятий в современной экономике.
32. Ликвидационная концепция в преобразовании государственных предприятий.
33. Многозвенность в управлении, ее плюсы и минусы.
34. Линейный тип организационной структуры.
35. Функциональный тип организационной структуры.
36. Линейно-функциональный тип организационной структуры.
37. Матричный тип организационной структуры.
38. Роль позитивной мотивации в управлении персоналом.
39. Роль негативной мотивации в управлении персоналом.

40. Административные методы управления персоналом.
41. Возложение материальной ответственности на персонал.
42. Дисциплинарная ответственность персонала.
43. Административная ответственность персонала.
44. Экономические методы управления персоналом.
45. Роль планирования на предприятии.
46. Хозяйственный расчет как метод управления предприятием и персоналом.
47. Характеристика социально-психологических методов управления персоналом.
48. Система пожизненного найма как метод управления персоналом.
49. Роль количественного подхода в управлении предприятием.
50. Процессный подход в управлении предприятием.
51. Системный подход в управлении предприятием.
52. Применение системного подхода в управлении.
53. Ситуационный подход в управлении предприятием.
54. Новая роль управления при внедрении нововведений.
55. Характеристика современного управления.
56. Содержание социально-психологических методов управления.
57. Социальное планирование на предприятии.
58. Соревнование как форма управления персоналом.
59. Психологическое планирование как направление работы с персоналом.
60. Основные методы управления персоналом.
61. Японский стиль управления персоналом.
62. Понятие электронной коммерции.
63. Возрастание роли электронной коммерции в современной экономической системе.
64. История развития коммерции.
65. Преимущества электронной коммерции.
66. Недостатки электронной коммерции.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «вопросы для устного опроса и самоконтроля»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив неточности и т.п.)
3	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на

	низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил, др.)

Практические задания:

Задание 1

Изучить основные виды торговли и торговой сети

Таблица 1

Понятия, характеризующие виды торговли и торговой сети

№	Термин	Определение	ГОСТ, содержащий данный термин
1.	Торговля		
2.	Оптовая торговля		
3.	Розничная торговля		
4.	Мелкорозничная торговля		
5.	Развозная торговля		
6.	Разносная торговля		
7.	Посылочная торговля		
8.	Комиссионная торговля		
9.	Торговая сеть		
10.	Розничная торговая сеть		
11.	Стационарная торговая сеть		
12.	Нестационарная торговая сеть		
13.	Развозная торговля		
14.	Разносная торговля		
15.	Посылочная торговля		
16.	Мелкорозничная сеть		
17.	Магазин		

Задание 2

Изучить основные виды торговых предприятий

Таблица 2

Конструктивные особенности торговых предприятий

№	Термин	Конструктивные особенности	
		Наличие торгового зала	Наличие других помещений (указать каких)
1.	Магазин		
2.	Павильон		
3.	Киоск		
4.	Палатка		

Задание 3

Постройте классификацию и покажите в ней связи между терминами, содержащимися в таблицах 1 и 2.

Задание 4

Указать отличительные признаки предприятий торговли различных видов и типов.

Таблица 3

Характеристика предприятий торговли

№ п\п	Предприятие розничной торговли		Торговая ² площадь, м, не менее	Ассортимент товаров	Форма торгового обслуживания
	Вид	Тип			
1.					
2.					
3.					
4.					

Задание 5

Изучить специализацию магазинов, привести иллюстрирующие примеры.

Таблица 4

Группировка магазинов по виду реализуемого ассортимента

№ Пп	Специализация торгового предприятия (вид)	Примеры типов торговых предприятий	Групповая характеристика ассортимента в магазине
1.	Универсальные		
2.	Специализированные		
3.	Неспециализированные со смешанным ассортиментом		
4.	Неспециализированные с комбинированным ассортиментом		

Задание 6

Соотнесите, к какому формату (торговому объединению, торговому комплексу, торговому центру) относятся нижеследующие примеры:

1. Уличный рынок, трансформированный в единое современное здание.
2. Торгово-развлекательный центр «Фантастика».
3. Торгово-закупочный союз «Луганск-Свердловск», куда вошли компании «ЛИА ЛТД» (оптовая торговля), торговые сети «Абсолют», «Матрешка» и более 90 торговых точек формата «магазин у дома», «супермаркет».

4. Стратегический союз «Трейдинг ЛТД», в который вошли крупные розничные сети в ЛНР: «Абсолют», «Народный», «Универсам», «Spar», «Семь морей», компания «Марс трейдинг».

5. «Союз – ритейл», созданное торговой сетью «Народный» и еще четырьмя операторами розничного рынка Луганска и Краснодона.

6. Общереспубликанский кооператив независимого ритейла – потребительского общества «Новороссия».

Задание 7

Выберите географический сегмент г. Луганска (район, микрорайон, улицу и т.д.), на примере которого будете изучать торговую сеть. Опишите его местонахождение (границы, состав улиц, площадь территории). Укажите из выбранного географического сегмента различные типы торговых предприятий (всего не менее 10).

Укажите фирменные наименования торговых предприятий ЛНР. Проанализируйте названия торговых предприятий на соответствие требованиям нормативно-правовых документов. Сделайте соответствующие рекомендации.

Задание 8

Проанализируйте названия торговых предприятий (не менее 10 типов) на соответствие требованиям рекламоспособности. Сделайте соответствующие рекомендации.

Задание 9

Описать внутренний вид 1 торгового предприятия по следующему плану (для примера СМ «Матрешка», СМ «Народный» и т.д.):

1. дать характеристику торговому предприятию (специализация, тип и т.д.), указать его адрес и фирменное наименование;
2. составить план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования;
3. определить ассортимент товаров (группы, подгруппы, виды, разновидности), реализуемых в данном магазине и признаки группировки ассортимента по отделам (секциям, комплексам) магазина;
4. определить систему движения покупателей (по часовой стрелке, против часовой стрелки, принудительное, индивидуальное);
5. указать существующие ориентиры, указатели об отделах, месте касс.

Задание 10

Изучите размещение товаров в магазине и выполните схему размещения товаров по аналогии с рис.1.

1. Классифицируйте товары по частоте спроса и обоснуйте их месторасположение.

2. Покажите «золотой треугольник» и сделайте выводы по правильности (неправильности) месторасположения товаров в «золотом треугольнике».
3. Укажите преимущества и недостатки расположения товаров.
4. Предложите более рациональную схему размещения товаров, рисунок приложите.

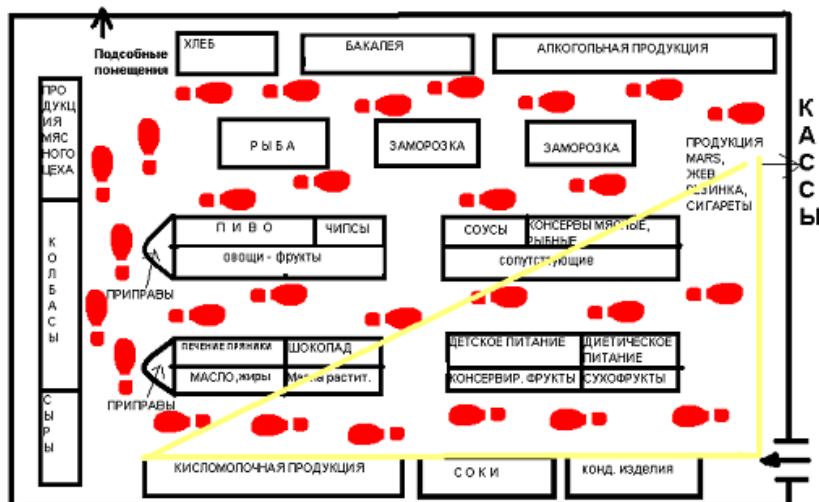


Рис.1 – Размещение товаров в магазине

Задание 11

Проанализируйте размещение товаров на соответствие требованиям мерчандайзинга. Результаты оформите в таблице 5.

Таблица 5

Размещение товаров в торговом зале

Требования к размещению товаров	Фактически в магазине
Направленность тропы покупателей (по часовой стрелке или против)	
Покупателей «встречают» следующие товары	
Принципы размещения товаров повседневного, периодического и импульсного спроса	
В «золотом треугольнике» размещены товары	
Дублирование продаж (если есть, привести примеры)	
Принципы расположения товаров по ценам	

Задание 12

Выберите для примера одну торговую сеть г. Луганска и ответьте письменно на вопросы:

1. Легко ли вам ориентироваться в торговом зале и найти нужный товар?
2. Есть ли у вас желание купить товары, которые вы первоначально не планировали покупать, и почему?
3. Какие товары на полках вы сразу увидели и захотели купить (какая это полка: нижняя, на уровне глаз, верхняя и др., сколько товара выложено, обеспечена ли выкладка рекламной продукцией)?
4. Комфортно ли вам в магазине и почему?

Задание 13

Разработайте схему торгово-управленческого процесса в магазинах «Лугань». Обоснуйте преимущества организации торгово-технологического процесса, и сделать соответствующие выводы.

Торговый двор "Лугань" – крупнейшая сеть розничных магазинов Луганска. Первый магазин открылся в 1996 году в Луганске. Успешный опыт торговли обеспечил стремительное развитие сети, и в настоящее время она состоит из 54 магазинов форматов "у дома", "магазин-склад" и "супермаркет".

Торговля является высокотехнологичной сферой, требующей высшей степени автоматизации, качества программного продукта и эффективных управленческих решений. Поэтому одним из важнейших этапов становления торгового бизнеса в Торговом доме "Лугань" является создание распределительного центра. Это позволяет своевременно, качественно и с наименьшими издержками доставлять товар до потребителя. Сейчас накоплен определенный позитивный опыт по товароснабжению магазинов, и, по мнению экспертов, одним из достоинств сети считается именно четко организованная логистика поставок. Организован единый информационный поток, без которого немыслим современный торговый бизнес. В частности, магазины сети получают электронную фактуру до поступления товара. Товар в свою очередь сразу после доставки в магазин через 15 минут оказывается на полках в торговом зале. Качество взаимодействия настолько высоко, что нет необходимости в повторной сверке товара в магазине.

Задание 14

Ответьте на вопросы, если в договоре на поставку товаров указано, что приемка по количеству и качеству соответствует инструкциям П-6, П-7.

1. В адрес магазина поступил контейнер за пломбами изготовителя. При осмотре контейнера установлено, что оттиски пломб не соответствуют товаросопроводительным документам. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?
2. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?
3. По истечении установленных сроков приемки по качеству были

обнаружены скрытые производственные дефекты трикотажных изделий (малозаметная штопка). Может ли продавец в этом случае предъявить претензии предприятию-изготовителю?

4. В адрес магазина поступил контейнер с обувью. В контейнере 50 транспортных коробок обуви по 10 пар в каждой. При приемке обнаружилось, что 5 коробка подмочена. Действия персонала при приемке товара?

5. В адрес магазина поступил контейнер с одеждой по железной дороге. При осмотре контейнера на станции железной дороги обнаружено расхождение в количестве мест товара. Действия получателя при приемке товара?

6. Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

7. При поступлении товара в магазин, отсутствовали сопроводительные документы. Как должен осуществить приемку товара по количеству и качеству персонал магазина?

8. В магазин поступил товар, количество которого не соответствует накладной. Дальнейшие действия персонала магазина?

9. В адрес Вашей фирмы по железной дороге поступили детские текстильные изделия. Товар упакован в текстильные мешки. При выгрузке из вагона обнаружено, что часть мешков подмочена. Ваши действия при приемке товара по количеству и качеству?

10. В магазин поступила скоропортящаяся продукция. Укажите сроки приемки продукции по количеству и качеству? Кто со стороны получателя имеет право осуществить приемку продукции по количеству?

11. При поступлении трикотажных изделий в магазин централизованно от поставщика установлено, что в двух транспортных местах недостача по 1 штуке изделий. В договоре на поставку изделий реквизит «приемка товаров» отсутствует. Укажите правила приемки товаров по количеству и качеству.

Задание 15

Произвести оценку поставщиков по результатам работы для принятия решения о продлении договорных отношений с двумя из них.

Таблица 6

Данные о потенциальных поставщиках бытовой электротехнической продукции

Критерии	Поставщики			
	А	В	С	Д
Основные критерии:				
1. Уровень цены на товар	Средний	Низкий	Средний	Высокий

2. Качество товара	Высокое	Среднее	Высокое	Среднее
3. Ассортимент товара и постоянство его наличия на складе	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Ненасыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с непостоянным наличием
4. Сроки и условия поставки	Сразу после оплаты	В течение 3-х дней после оплаты	В течение недели после заключения договора	В течение 3-х дней после оплаты
5. Возможный объем поставки	Произвольный	Произвольный	Произвольный	На сумму не менее 20 000 руб.
6. Форма оплаты	100% предоплаты	100% предоплаты	Оплата по факту или отсрочка	20% предоплата и 80 % отсрочка платежа на 7 дней
7. Транспортные условия	Самовывоз	Доставка на склад покупателя	По желанию покупателя	Доставка на склад покупателя за отдельную плату
Дополнительные критерии:				
1. Общая репутация поставщика	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Ранее с этим поставщиком не работали
2. Финансовая стабильность поставщика	Устойчивая	Есть некоторые сомнения	Устойчивая	Неизвестно
3. Надежность поставки	Высокая	Высокая	Выше среднего	Сомнительная

Последовательность выполнения задачи:

Выберите шкалу для оценки критериев, составьте оценочную шкалу по форме таблицы 6 (по пятибалльной шкале).

Таблица 6

Оценочная шкала для оценки показателей выбора поставщиков

Показатель	5 "отлично"	4 "хорошо"	3 "удовлетворительно"	2 "неудовлетвор."	1 "плохо"
1	2	3	4	5	6

1. Оцените поставщиков по заданным критериям в баллах.
2. Определите значимость критериев выбора поставщиков методом ведущего эксперта.

3. Определите рейтинг поставщиков бытовой электротехнической продукции и сделайте соответствующие выводы.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практические задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Задание выполнено и оформлено полностью (правильно даны все необходимые ответы и пояснения)
4	Задание выполнено и оформлено на среднем уровне (правильно даны все необходимые ответы, оформление не соответствуют требованиям)
3	Задание выполнено на низком уровне (даны не все необходимые ответы, пояснения не точны, оформление не соответствуют требованиям)
2	Задание выполнено на неудовлетворительном уровне (даны неправильные ответы, пояснения отсутствуют)

Тесты:

При ответе на каждый вопрос тестов следует выбрать один или несколько правильных ответов.

1. *Торговая сеть – это:*

1. территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия;
2. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
3. совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
4. совокупность элементов торгово–технологического процесса.

2. *Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.*

I. Павильон – это...

II. Палатка – это...

III. Киоск – это...

IV. Ларек – это...

А) Легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли.

Б) Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас.

В) Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

Г) Устаревшее понятие.

3. *Укажите правильный перечень типов торговых предприятий:*

1. стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;
2. гипермаркет, супермаркет, гастроном;
3. отдельно стоящие, встроенные, встроено-пристроенные;
4. универсальные, специализированные, неспециализированные.

4. *Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.*

I. Специализированные торговые предприятия – ...

II. Неспециализированные торговые предприятия со смешанным ассортиментом – ...

III. Неспециализированные торговые предприятия с комплексным ассортиментом – ...

IV. Универсальные торговые предприятия — ...

А) комиссионный магазин, минимаркет «Продукты»;

Б) «Для лыжного спорта», «Детское питание»;

В) «Рыба», «Мясо», «Ткани»;

С) Магазин-склад, гастроном.

Д) гипермаркет, супермаркет

5. *Универсамы в зависимости от ассортимента реализуемых товаров относят к ...магазинам:*

1. универсальным;
2. специализированным;
3. смешанным.
4. комплексным

6. *К стационарной сети относят:*

1. магазины
2. авто-магазины
3. павильоны
4. киоски
5. палатки

7. *Укажите признаки, характеризующие типы торговых предприятий:*

1. общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.

2. общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.

3. торговая площадь, ассортимент товаров, формы продажи товаров.

4. торговая площадь, ассортимент, методы продажи товаров.

8. *Дайте характеристику фирменному магазину:*

1. реализует популярные бренды разных иностранных изготовителей;

2. реализует популярные бренды нескольких изготовителей;

3. реализует бренд одного отечественного изготовителя;

4. реализует бренд одного иностранного изготовителя.

9. Укажите возможные отличия торгового дома от дома торговли:

1. это одно и то же;
2. торговый дом занимается только розничной торговлей;
3. дом торговли занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью;
4. торговый дом занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью.

10. Укажите отличительный признак молла:

1. большой торговый центр, соединенный галереями
2. большой торговый комплекс, соединенный галереями.
3. крупный универсальный магазин.
4. большое торговое объединение.

11. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:

1. к торговым;
2. к административно-бытовым;
3. к подсобным;
4. к техническим.

12. Охарактеризуйте ситуацию в магазине «Галантерея», в котором коэффициент установочной площади равен 0,6:

1. площадь торгового зала используется оптимально;
2. проходы для покупателей узкие;
3. ассортимент товаров неглубокий;
4. мало торгового оборудования.

13. При площади торгового зала магазина в 600 м^2 и площади под торговым оборудованием 300 м^2 коэффициент установочной площади торгового зала составит:

1. 0,3;
2. 0,6;
3. 1;
4. 0,5.

14. Охарактеризуйте ситуацию в супермаркете, в котором соотношение торговых и неторговых площадей равно 0,45.

1. соотношение оптимальное;
2. необходимо увеличить торговые площади;
3. необходимо увеличить площади помещений для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;
4. необходимо увеличить помещения для хранения.

15. Размещение товаров – это:

1. система их расположения на площади торгового зала;
2. расположение, укладка и показ товаров на торговом оборудовании;
3. количество «фэйсингов» товара, выложенного по горизонтали;
4. система их расположения на площади торгового зала и

выкладка на оборудовании.

16. Коэффициент установочной площади торгового зала магазина (K_y) определяют по формуле:

1. $K_y = S_y / S_{т.з.}$
2. $K_y = S_{э.} / S_{т.з.}$
3. $K_y = S_{э.} / S_{общ.}$
4. $K_y = S_y / S_{общ.}$

где S_y – установочная площадь, $м^2$

$S_{э.}$ – экспозиционная площадь, $м^2$

$S_{т.з.}$ – площадь торгового зала, $м^2$

$S_{общ.}$ – общая площадь магазина, $м^2$

17. Назовите, какой наиболее целесообразный способ расстановки оборудования в магазине типа мини-маркет:

1. свободная планировка;
2. экспозиционная планировка;
3. продольная решетка;
4. смешанная решетка.

18. Определите наиболее рациональное число кассовых аппаратов в супермаркете с торговой площадью 1 тыс. $м^2$:

1. 3;
2. 5-10;
3. 10-12;
4. 15.

19. Укажите, какие товары целесообразно размещать в «золотом треугольнике»:

1. товары повседневного спроса;
2. товары импульсного спроса;
3. товары, спрос на которые надо активизировать;
4. недорогие товары.

20. Торгово-технологический процесс в магазине включает:

1. доведение товара от продавца к покупателю;
2. обслуживание покупателя;
3. операции от изучения спроса на товар до доведения его к покупателю;
4. продажу и обслуживание покупателей.

21. Укажите главный документ, который определяет правила и сроки приемки товаров по качеству:

1. инструкция П-6;
2. инструкция П-7;
3. договор купли-продажи;
4. накладная и счет-фактура.

22. Ротация товаров – это:

1. углубление ассортимента;
2. очередность продажи товаров;
3. широта ассортимента товаров;

4. приемка товаров.

23. Приемка скоропортящихся товаров от иногородних поставщиков производится не позднее:

1. 3 дней;
2. 48 часов;
3. 24 часа;
4. 10 дней.

24. При приемке товаров материально ответственным лицам предписано в случае нарушения исправности пломб и оттисков на них:

1. не вскрывать транспортное средство;
2. вскрыть транспортное средство, но для приемки обязательно вызвать представителя поставщика;
3. вскрыть транспортное средство и принимать товар с составлением акта о фактическом наличии товара;
4. разгрузить, но не принимать по количеству до приезда поставщика.

25. Укажите сроки приемки нескоропортящихся товаров по количеству от одногороднего поставщика в неповрежденной таре в соответствии с инструкцией П-6:

1. сразу же в момент поступления по количеству тарных мест;
2. три дня по количеству товарных единиц;
3. десять дней по количеству товарных единиц;
4. две недели по количеству товарных единиц.

26. Электронная коммерция – это:

1. установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а также обмен коммерческой информацией;
2. наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;
3. совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы;
4. любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

27. К функциям электронной коммерции относится

1. представление товара (показ продукции средствами Интернета);
2. разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;
3. проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);
4. налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

Теоретические вопросы:

1. Критерии, определяющие формат предприятия
2. Торговые предприятия розничной торговли современных форматов, их характеристика
3. Классификация торговых сетей
4. Сетевые структуры
5. Виды и структура розничной торговой сети
6. Организационные структуры торговых предприятий
7. Особенности организационных структур управления современных форматов
8. Функции, реализуемые торговой организацией
9. Роль оптовой торговли в системе товароснабжения
10. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения
11. Поступление товаров в розничных торговых сетях
12. Современные направления развития розничных торговых сетей
13. Аутсорсинг в розничных торговых сетях
14. Вертикальная интеграция розничных торговых сетей
15. Горизонтальная интеграция розничных торговых сетей
16. Розничные торговые сети, значения и задачи планирования товарооборота
17. Анализ товарных запасов в розничных торговых сетях
18. Системы управления товарным ассортиментом, услугами, системами товароснабжения
19. Информационная логистика
20. Транспортная логистика
21. Складская логистика
22. Совмещенный ABC-XYZ-анализ. Методика проведения
23. Методы прогнозирования спроса
24. Модель оптимального размера заказа (модель Уилсона)
25. Оценка товарных запасов по методу ФИФО и ЛИФО
26. Стратегия деловых взаимоотношений с поставщиками
27. Этапы процесса переговоров с поставщиками

28. Юридическая сторона закупочной деятельности
29. Этическая сторона закупочной деятельности
30. Торгово-технологический процесс в магазине (на примере любого формата)
31. Особенности торгово-технологических процессов и принципы их организации в торговых предприятиях новых форматов
32. формы и методы организации обслуживания
33. Понятие мерчандайзинга
34. Внешний вид магазина и территория вокруг него
35. Планировка торгового зала
36. Оформление торговый зал
37. Составляющие микромира магазина
38. Правила выкладка товаров в торговом зале
39. Методы стимулирования продвижения товаров на рынок
40. Управление процессом обслуживания покупателей
41. Какие основные направления электронной коммерции Какие категории электронной коммерции существуют в настоящее время в ЛНР.
42. Обоснуйте бизнес-операции, включаемые в электронную коммерцию.

Ситуационные задачи

Ситуационная задача 1.

Торговое предприятие «Лугань» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 5520 кв.м, торговая – 3860 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено продольным способом. Список оборудования прилагается (табл. 1).

Задания.

1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и специализацию.
2. Оцените эффективность планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 1

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Столы – прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Столы упаковочные	1,2 * 2,8	20	
Горки пристенные	0,8 * 1,8	94	5

Кассовые кабины	0,8 * 1,5	11	-
-----------------	-----------	----	---

Ситуационная задача 2.

Торговое предприятие «Лугань» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 2400 кв.м, торговая – 1100 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено способом «радиальная решетка». Список оборудования прилагается (табл. 2).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 2

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Столы– прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Горки пристенные	0,9 * 1,5	104	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	7	-

Ситуационная задача 3.

Торговое предприятие «Марс» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 370 кв.м, торговая – 250 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено поперечным способом. Список оборудования прилагается (табл.3).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 3

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S_i – площадь единицы	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
------------------	-------------------------	-------------------	---------------------------------

	оборудования		
Стеклянные витрины	0,9 * 1,2	25	3
Столы– прилавки	1,2 * 0,5	20	-
Горки пристенные	1,7 * 0,7	49	4
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	5	
Столы упаковочные	1,8*0,5	5	-

Ситуационная задача 4.

Торговое предприятие «Юбилейное» осуществляет розничную продажу женской одежды. Описание магазина: общая площадь магазина – 820 кв.м, торговая – 460 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено боксовым способом. Список оборудования прилагается (табл. 4).

Задание 1.

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 4

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	S _i – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	0,9 * 1,2	60	3
Столы– прилавки	1,2 * 0,5	20	-
Примерочные	1,2 * 2,2	5	
Горки пристенные	0,8 * 0,5	10	4
Кассовые кабины	0,8*1,5	2	-

Ситуационная задача 5.

Составить анкету для проведения социологического опроса с целью оценки качества торгового обслуживания методом SERVQUAL. Анкета должна содержать 22 вопроса (единичных показателя), сгруппированных в 5 групп (таблица 5):

1. осязаемости (tangibles).
2. надежности (reliability);
3. отзывчивости (responsiveness);
4. убедительности (assurance);

5. сочувствию (empathy).

Таблица 5

Показатели качества для оценки торговой услуги

№п\п	Критерии качества (групповой показатель)	Единичные показатели качества
1.	Надежность	
2.	Отзывчивость	
3.	Материальность, осязаемость	
4.	Убедительность, уверенность	
5.	Сопереживание	

Ситуационная задача 6.

Провести социологический опрос, в котором респонденты должны оценить качество торговой услуги по пятибалльной до посещения магазина (ожидание) и после посещения магазина (восприятие).

Таблица 6

Оценка показателей качества торговой услуги

№п\п	Показатели качества	Ожидание (Е)	Восприятие (Р)
		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

Ситуационная задача 7.

Обработать результаты анкеты и определить общий показатель качества (Q). Результаты оформить в виде таблицы 7.

Методика определения общего показателя качества(Q):

1.определить среднее значение ожидания и восприятия по всем анкетам (каждого из 22 показателей);

2.определить единичный коэффициент качества (по каждому из 22 показателей) по формуле:

$$Q_i = P_i - E_i$$

3. найти средний групповой коэффициент качества

4. найти общий показатель качества.

Таблица 7

Оценка качества торговой услуги методом SERVQUAL

Показатели качества торговой услуги		Ожидание (по всем анкетам) (Е)	Восприятие (по всем анкетам) (Р)	Единичный коэффициент качества $Q = P - E$
Групповой показатель качества	Единичный показатель качества			
Надежность	1			
	2			
	3			

	4 5			
Средний показатель надежности	– H_j			
Отзывчивость				
Средний показатель отзывчивости	– O_j			
Материальность, осязаемость				
Средний показатель материальности, осязаемости	– M_j			
Убедительность, уверенность				
Средний показатель убедительности, уверенности	– Y_j			
Сопереживание				
Средний показатель сопереживания	– C_j			
Общий показатель качества				

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «промежуточный контроль (экзамен)»

Шкала оценивания	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)