

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

Декан факультета экономики и управления

Буреш О.В.

декабря 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.25 Технология и проектирование предприятий торговли»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Оренбург 2015

Рабочая программа дисциплины «Б.1.Б.25 Технология и проектирование предприятий торговли» /сост.

И.Б. Береговая - Оренбург: ОГУ, 2015

Рабочая программа предназначена студентам очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

© Береговая И.Б., 2015
© ОГУ, 2015

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины	4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3 Требования к результатам обучения по дисциплине	5
4 Структура и содержание дисциплины	6
4.1 Структура дисциплины	6
4.2 Содержание разделов дисциплины	7
4.3 Практические занятия (семинары)	8
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины	8
5.1 Основная литература	8
5.2 Дополнительная литература	8
5.3 Периодические издания	8
5.4 Интернет-ресурсы	9
5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий	9
6 Материально-техническое обеспечение дисциплины	9
Лист согласования рабочей программы дисциплины	9
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	9
Приложения:	11
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: приобретение теоретических и прикладных знаний в области организации и технологии операций, совершаемых в различных звеньях торговли, о путях повышения их интенсификации на всех стадиях процесса доведения товаров от места производства до потребителей.

Задачи:

- изучить нормативно-правовую базу торговли;
- иметь представление о современном состоянии уровня торгово-технологических процессах на оптовых и розничных предприятиях;
- изучить виды технологического оборудования для оснащения предприятий торговли;
- уметь осуществлять размещение торгово-технологического оборудования на предприятиях торговли;
- иметь представление об основных направлениях и проблемах научно-технического развития в проектировании предприятий торговли;
- владеть основами расчета, планировочных решений помещений предприятий торговли.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Информационные технологии в коммерческой деятельности, Б.1.В.ОД.9 Предпринимательская деятельность*

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
<p>Знать: - организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий; виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;</p> <p>Уметь: - определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности; проводить учет товаров и материальных ценностей;</p> <p>Владеть: - приемами и методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь;</p>	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
<p>Знать: цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности; виды и формы рекламы, рекламный процесс, организация рекламных компаний и акций, оценка их эффективности</p> <p>Уметь: составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффектив-</p>	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций,

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
ность Владеть: навыками выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа информации; проведения маркетинговых исследований	способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.20 Техническое оснащение торговых предприятий*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: о необходимости использования правовых знаний в области торгово-технологических процессов. Уметь: использовать юридические термины, необходимые в области торгово-технологических процессов. Владеть: способностью анализировать правовую информацию в области торгово-технологических процессов.	ОК-6 способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
Знать: цели, объекты, субъекты торгово-технологических процессов, договоры в данной области, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов торгово-технологических процессов, ее государственное регулирование и контроль; виды опасностей и критерии их оценки Уметь: решать стандартные задачи в области торгово-технологических процессов с применением информационно-коммуникационных технологий, распознавать и оценивать основные опасности с учетом общепринятых критериев Владеть: информационной культурой организации торгово-технологических процессов, методами распознавания и оценки основных опасностей с учетом общепринятых критериев	ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Знать: нормативно-правовую базу по правовому регулированию торговли и классификации коммерческих предприятий; структурные составляющие торгово-технологического процесса и принципы рационального его построения; принципы, нормы и методы и этапы и стадии проектирования коммерческих предприятий. Уметь: осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников; проводить технологические расчеты; разрабатывать производственные программы проектируемых предприятий; рассчитывать и подбирать технологическое оборудование; проводить расчет площадей складских помещений, торговых залов для потребителей, определять общую площадь проектируемого предприятия торговли. Владеть: методикой расчета эффективности управления выбора формы товародвижения; методикой анализа результатов расчетов организации оптовой и розничной продажи; навыками осуществления планировочных решений помещений в соответствии с их функциональным назначением; навыками принятия объемно-	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
планировочных решений предприятий торговли	
<p>Знать: основные виды и элементы проектов, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом торгово-технологических процессов.</p> <p>Уметь: применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления, разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта; разрабатывать проекты торгово-технологических процессов.</p> <p>Владеть: способами использования различного инструментария в проектной деятельности; методологией разработки проектов торгово-технологических процессов с использованием информационных технологий.</p>	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
<p>Знать: современные средства в области управления проектами, основные методы в управлении проектами, распределение обязанностей при реализации проектов торгово-технологических процессов.</p> <p>Уметь: анализировать реализуемость и экономическую эффективность проекта, координировать работу структурных подразделений (участников проекта).</p> <p>Владеть: методами проектного анализа и математическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта; разработки сетевого и календарного планирования проекта.</p>	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
<p>Знать: виды основных бизнес-процессов (торгово-технологических), методы оценки их эффективности.</p> <p>Уметь: прогнозировать основные бизнес-процессы (торгово-технологические) и оценивать их эффективность.</p> <p>Владеть: методологией оценки эффективности бизнес-процессов (торгово-технологических).</p>	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	35,25	35,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям;	108,75	108,75

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)		
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Торгово-технологический процесс и особенности его организации	24	6	2	16	
2	Организация и технология оптовой торговли	26	8	4	14	
3	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	31	10	4	17	
4	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	33	6	4	23	
5	Проектирование и строительство предприятий торговли	30	4	2	24	
	Итого:	144	34	16	94	
	Всего:	144	34	16	94	

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Торгово-технологический процесс и особенности его организации. Экономическая сущность торгового предприятия. Организационно – правовые формы торговых предприятий. Правовое регулирование торговли. Сущность и технологические операции товародвижения. Составляющие торгово-технологического процесса.

Раздел 2. Организация и технология оптовой торговли. Назначение, функции и классификация предприятий оптовой торговли. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения. Сущность технологических операций оптовой торговли: технология закупки товаров; технология доставки, приемки, хранения товаров на складе оптовика; технология выполнения заказов и отгрузки товаров заказчику.

Раздел 3. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий. Классификация и функции розничных торговых предприятий. Специализация и типизация розничных торговых предприятий. Основные принципы размещения розничных торговых предприятий. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия.

Раздел 4. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей. Классификация торговых зданий и сооружений и требования, предъявляемые к ним. Устройство и планировка торгового зала магазина. Торгово-технологическое оборудование магазинов. Организация и технология операций по поступлению товаров в магазин. Технология хранения и подготовки товаров к продаже. Размещение товаров в торговом зале. Услуги, оказываемые покупателям магазинами.

Раздел 5. Проектирование и строительство предприятий торговли. Общие требования к проектированию предприятий торговли. Основные нормативы расчета и принципы размещения предприятий торговли. Организация проектирования предприятий торговли. Состав технической и рабочей документации. Техническое задание на проектирование. Техничко-экономическое обоснование. Выбор площадки для строительства. Генеральный план предприятия. Организация капитального строительства и ремонта предприятий торговли.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Торгово-технологический процесс и особенности его организации	2
2,3	2	Организация и технология оптовой торговли	4
4,5	3	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	4
6,7	4	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	4
8	5	Проектирование и строительство предприятий торговли	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 456 с. - ISBN 978-5-394-02471-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513880>

5.2 Дополнительная литература

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Текст] : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. - Москва : Юрайт, 2014. - 372 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 371-372. - ISBN 978-5-9916-2897-6.

2. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2014. - 692 с. - Прил.: с. 684-690. - ISBN 978-5-394-01129-0.

3. Малышенко, Ю. В. Таможенное декларирование и предварительное информирование в электронной форме [Комплект] : учеб. пособие / Ю. В. Малышенко. - СПб. : Интермедия, 2013. - 232 с. : ил + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-4383-0024-3.

4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] / Половцева Ф.П. - ИНФРА-М, 2013. Znanium.com

5. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли: [Электронный ресурс] Учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 692 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01129-0, 1500 экз. Znanium.com

6. Коммерция: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0555-5, 500 экз.

7. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий [Текст] : учеб. для вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. - 510 с - ISBN 978-5-394-00245-8.

8. Памбухчиянц, О. В. Технология розничной торговли [Текст] : учеб. для нач. проф. образов. по профессии "Продавец, контролер-кассир" / О. В. Памбухчиянц. - М. : Издат. дом "Дашков и К", 2000. - 184 с.

9. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Экономика и управление на предприятии" / Р. И. Бунеева. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. - 350 с. : табл. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 344-346. - ISBN 978-5-222-19113-2.

5.3 Периодические издания

1. Промышленное и гражданское строительство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать".
2. Жилищное строительство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
3. Сельское строительство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
4. Региональная экономика: теория и практика
5. Хозяйство и право
6. Экономика и управление
7. Современная торговля : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
8. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

5.4 Интернет-ресурсы

- <http://www.marketing.spb.ru/> - Интернет-портал «Энциклопедия маркетинга» - это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы, представленные на портале повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков. Среди материалов сайта в свободном доступе: образовательные статьи, монографии, фрагменты и полные тексты книг, учебники, избранные публикации ведущих журналов, курсы лекций, практические примеры работы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации.;
- <http://www.4p.ru> - электронное издание Маркетинг журнал 4p.ru. - создан как место встречи маркетологов в сети, где специалисты маркетинговых специальностей могут общаться, обмениваться мнениями, делиться опытом;
- <http://grebennikon.ru/about.php> - Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» в числе которых «Маркетинг и маркетинговые исследования». На данный момент в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий.
- www.sostav.ru - Sostav.ru – ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Ежедневно предоставляет читателям актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

- 1) Операционная система Windows.
- 2) Программы пакета MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint.
- 3) Программа «БЭСТ-Маркетинг»;
- 4) CorelDRAW X7

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- 1) компьютер;

- 2) проектор;
- 3) экран.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) могут быть представлены в виде изданных печатным и (или) электронным способом методических разработок со ссылкой на адрес электронного ресурса, а при отсутствии таковых, в виде рекомендаций обучающимся по изучению разделов и тем дисциплины (модуля) с постраничным указанием глав, разделов, параграфов, задач, заданий, тестов и т.п. из рекомендованного списка литературы.

