

**Аннотация по дисциплине
Б1.В.18 ЭКОНОМИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для программы подготовки бакалавров
«Электронная коммерция и интернет-маркетинг»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часов, из них:

для ОФО - 68 часов аудиторной нагрузки: лекционных 34 часа, практических 34 часа, КСР – 4 часа; 36 часов самостоятельной работы; экзамен – 35,7 часов;

для ОЗФО - 24 часов аудиторной нагрузки: лекционных 12 часов, практических 12 часов, КСР – 6 часов; 78 часов самостоятельной работы; экзамен – 35,7 часов).

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов представление о -коммерческом предприятии и его деятельности в сфере экономики, направленной на доведение до потребителей материальных благ с учетом факторов, влияющих непосредственно на эффективную деятельность торгового предприятия.

Курс отражает весь комплекс вопросов экономики торговой организации и ставит задачу формирования у будущих специалистов знаний, умений и практических навыков в сфере деятельности организаций торговли. В курсе рассмотрены как общие аспекты функционирования предприятий, так и особенности деятельности организаций торговли: розничный товарооборот и его товарное обеспечение, товарооборот общественного питания, оптовый товарооборот и др. Особое внимание уделено анализу и планированию деятельности торговых предприятий, логистике и управлению запасами, хозяйственному риску и угрозе банкротства.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области организации предприятий сферы торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Овладеть знаниями об экономических основах коммерческой деятельности;
- Изучить сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле;
- Понять роль торговли в обращении товаров и услуг и в целом прикладное значение коммерческой деятельности;
- Сформировать представление об экономических показателях, характеризующих эффективность коммерческой деятельности;
- Сформировать знания и навыки в сфере управления экономической сферой коммерческого предприятия.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика торгового предприятия» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на втором курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса ««Экономика торгового предприятия» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете. Дисциплина «Экономика торгового предприятия» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Общая экономическая теория», «Торгово-коммерческая деятельность», «Основы товароведения и экспертизы». Ее успешное освоение

предполагает параллельное изучение дисциплин «Бухгалтерский учет в торговле», Микроэкономика», «Организационное поведение» «Менеджмент в коммерческих организациях». В свою очередь дисциплина «Экономика торгового предприятия» является базой для изучения таких дисциплин как «Розничные торговые предприятия и сети», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Маркетинг» и «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов.	
ИОПК- 3.4. Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	Знает: - экономические показатели деятельности торгово-коммерческого предприятия; - методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства; - маркетинговый инструментарий для проведения маркетингового исследования для целей организации; - технологии проведения маркетинговых исследований.
	Умеет: - определять / ставить экономические цели организации; - проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия; - использовать различные методики расчета экономической эффективности торгового предприятия; - организовать маркетинговое исследование в целях выявления проблемы экономического свойства на торговом предприятии.
	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - терминологическим аппаратом для понимания экономических основ торговой деятельности предприятия; - теоретическими основами и пониманием значения экономических показателей для определения эффективной деятельности; - методами расчета и анализа экономических показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства; -технологиями проведения маркетингового исследования для целей выявления и расчета экономической эффективности торгового предприятия.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
 Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (на 2 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Торговое предприятие на потребительском рынке	8	2	2	-	4
2	Товарооборот и товарное обеспечение деятельности торгового предприятия	12	4	4	-	4
3	Труд и трудовые ресурсы торгового предприятия	6	2	2	-	2
4	Оплата и стимулирование труда на торговом предприятии	6	2	2	-	2
5	Материально-технические ресурсы торговой организации	12	4	4	-	4
6	Нематериальные активы торгового предприятия	12	4	4	-	4
7	Доходы торгового предприятия	12	4	4	-	4
8	Расходы организации: затраты, расходы и издержки	12	4	4	-	4
9	Прибыль и финансы торгового предприятия	12	4	4	-	4
10	Анализ, планирование и стратегия развития торгового предприятия	12	4	4	-	4
	ИТОГО по разделам дисциплины	104	34	34	-	36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, КСР – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (на 2 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Торговое предприятие на потребительском рынке	8	1	1	-	6
2	Товарооборот и товарное обеспечение деятельности торгового предприятия	10	1	1	-	8
3	Труд и трудовые ресурсы торгового предприятия	10	1	1	-	8
4	Оплата и стимулирование труда на торговом предприятии	10	1	1	-	8
5	Материально-технические ресурсы торговой организации	10	1	1	-	8
6	Нематериальные активы торгового предприятия	10	1	1	-	8
7	Доходы торгового предприятия	10	1	1	-	8
8	Расходы организации: затраты, расходы и издержки	12	2	2	-	8
9	Прибыль и финансы торгового предприятия	10	1	1	-	8
10	Анализ, планирование и стратегия развития торгового предприятия	12	2	2	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102	12	24	-	78
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации по всем темам.

Вид аттестации: Экзамен

Учебная литература:

1. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия : учебник / Г.Г.Иванов. — М.: НИЦ «Инфра-М». — 2021 — 182 с

2. Корнеева, И. В. Экономика фирмы. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Корнеева, Г. Н. Русакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 123 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10903-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474016> .

3. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05732-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473534> .

4. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 477

с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474772>

5. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник : [16+] / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — 2-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 400 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495757>. — ISBN 978-5-394-02531-0. — Текст : электронный.

6. Мезенцева, О. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности : учебное пособие / О. В. Мезенцева, А. В. Мезенцева ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. — 233 с. : ил., табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275813>. — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-7996-1247-4. — Текст : электронный.

7. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминьяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. - М. : Юрайт, 2017. - 279 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/C388AAAB-09F1-4306-ACC2-BC2BE8A6D2B3> .

8. Рябов, Н.Н. Оценка эффективности коммерческой деятельности / Н.Н. Рябов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 114 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88279>

Автор: Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»