Федеральное бюджетное государственное образовательное учреждение
высшего образования
"КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ"

В. Г. Моисеева

ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины
для бакалавриата по направлению подготовки
38.03.01 Экономика, профиль "Прикладная экономика"

Калининград
Издательство ФГБОУ ВО «КГТУ»
2023

УДК 338.24

Рецензент
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ИНОТЭКУ
ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет"
С. В. Саванович

Моисеева, В. Г.

Торгово-закупочная деятельность: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины по напр. подгот. 38.03.01 Экономика, профиль "Прикладная экономика" / В. Г. Моисеева. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. - 36 с.

В учебно-методическом пособии приведен тематический план по дисциплине и даны методические указания по её изучению, подготовке к практическим занятиям, подготовке и сдаче зачета, выполнению самостоятельной работы. Пособие подготовлено в соответствии с требованиями модуля по выбору 3.4 "Экономика торговли" дисциплины "Торгово-закупочная деятельность" по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль "Прикладная экономика".

Табл. 1, список лит. – 11 наименований

Учебно-методическое пособие рассмотрено и одобрено в качестве локального электронного методического материала кафедрой менеджмента института отраслевой экономики и управления ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет» от 31.08.2023г., протокол № 10.

Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины рекомендовано к использованию в качестве локального электронного методического материала в учебном процессе методической комиссией ИНОТЭКУ от 22.09.2023 г., протокол № 11.

УДК 338.24

© Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Калининградский государственный
технический университет", 2023 г.
© Моисеева В. Г., 2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ **4**

1 Тематический план по дисциплине и методические указания по её изучению **8**
Тема 1. Основные понятия торгово-закупочной деятельности 8
Тема 2. Субъекты и объекты торгово-закупочной деятельности 10
Тема 3. Правовые аспекты в торгово-закупочной деятельности 11
Тема 4. Оперативные и стратегические решения в торгово-закупочной деятельности 12

2 Методические указания для подготовки к практическим занятиям **14**
Тема 1. Введение в торгово-закупочную деятельность 14
Тема 2. Субъекты и объекты торгового рынка 15
Тема 3. Правовое регулирование и ответственность в торгово-закупочной деятельности ... 17
Тема 4. Оперативные и стратегические решения в торгово-закупочной деятельности 19

3 Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации **20**

4 Методические указания по выполнению самостоятельной работы **28**

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ **31**

ВВЕДЕНИЕ

Вопросам развития торгово-закупочной деятельности в рыночной экономике придается большее значение. В условиях насыщения рынка товарами и услугами, сопровождающегося обострением конкурентной борьбы, торгово-закупочная деятельность преобразовалась в специализированную отрасль экономики.

Целями освоения дисциплины "Торгово-закупочная деятельность" является:

- формирование у студентов представления о специфике торгово-закупочной деятельности;
- приобретение обучающимися теоретических и практических знаний в области торгово-закупочной деятельности;
- систематизация знаний в области развитии теории и практики отечественной и международной торгово-закупочной деятельности;
- выработка навыков и умений, необходимых для анализа и оценки торгово-закупочной деятельности;
- обучение методам управления эффективностью торгово-закупочной деятельности в условиях меняющейся рыночной среды.

Планируемые результаты освоения дисциплины "Торгово-закупочная деятельность" заключаются в том, что студент должен:

знать:

- научные проблемы в области прогрессивных направлений управления ассортиментом товаров, общие методологию и схему организации процессов управления ассортиментом и закупками для решения коммерческих задач;
- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы управления ассортиментом товаров;
- стратегии компании в области управления ассортиментом и закупками товаров;
- основные элементы категорийного менеджмента как системы компании, правила его внедрения в управление розничным предприятием торговли;
- методологию управления ассортиментом товаров;
- модели и методы управления ассортиментом товаров;
- технологию процесса закупки товаров;
- организацию работы службы закупок;
- стратегии, методы управления и прогнозирования закупок;

уметь:

- систематизировать и обобщать информацию при анализе системы управления ассортиментом и закупками предприятия;

- анализировать конкретные профессиональные ситуации в коммерческой деятельности предприятий, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности;

- формировать стратегию управления ассортиментом и закупками товаров на предприятии;

- разрабатывать тактические мероприятия по управлению ассортиментом товаров и организации работы с поставщиками, а также осуществлять контроль их исполнения;

владеть:

- понятийным аппаратом товарного портфеля и закупок в коммерческой деятельности фирмы;

- методологией формирования товарного портфеля и управления закупками;

- методами проведения анализа ассортимента товаров и поставщиков;

-·техниками ведения переговоров в процессе закупки товаров;

- методами управления при оптимизации товарного портфеля и закупок в коммерческой деятельности предприятия;

- навыками разработки мероприятий в области формирования товарного портфеля и проведения закупок;

- навыками поиска необходимой информации по формированию товарного портфеля и управлению закупками.

Дисциплина "Торгово-закупочная деятельность" входит в число дисциплин модуля по выбору 3.4. "Экономика торговли" (Б1.В.ДВ.03.03.ДВ.04) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на четвертом курсе в восьмом семестре (при очной форме обучения) и в 9 семестре при очно-заочной форме обучения.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплин: "Макроэкономика", "Микроэкономика", "Коммерческая деятельность".

Общая трудоёмкость дисциплины "Торгово-закупочная деятельность" составляет 3 зачётных единицы (зет), т. е. 108 академических часов контактной и самостоятельной учебной работы студента, из которых по 22 часа отведены на лекционные и практические занятия для обучающихся в очной форме и, соответственно, по 4 и 8 часов для студентов очно-заочной формы обучения.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме итогового тестирования.

Итоговое тестирование обучающихся проводится после завершения изучения курса "Торгово-закупочная деятельность" на последнем практическом занятии.

Оценка теста определяется количеством правильных ответов:

- "отлично" - 90-100 % правильных ответов в тесте;
- "хорошо" - 70-90 % правильных ответов в тесте;
- "удовлетворительно" - 50-70 % правильных ответов в тесте;
- "неудовлетворительно" - менее 50 % правильных ответов в тесте.

Промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости. При промежуточной аттестации по дисциплине учитываются оценки студента по промежуточному тестированию.

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно"; 2) "зачтено", "не зачтено"; 3) 100-балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (таблица 1)

Таблица 1 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок / Критерий	**2**	**3**	**4**	**5**
	0-40 %	**41-60 %**	**61-80 %**	**81-100 %**
	"неудовлетворительно"	**"удовлетворительно"**	**"хорошо"**	**"отлично"**
	"не зачтено"	**"зачтено"**		
1. Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2. Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно-корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из них.	В состоянии осуществлять научно-корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно- корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование

Система оценок / Критерий	2	3	4	5
	0-40 %	**41-60 %**	**61-80 %**	**81-100 %**
	"неудовлетвори-тельно"	**"удовлетвори-тельно"**	**"хорошо"**	**"отлично"**
	"не зачтено"	**"зачтено"**		
			исследование новые релевантные задаче данные	новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профес-сиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать постав-ленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать постав-ленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

Структура учебно-методического пособия включает четыре раздела.

В первом разделе приводится тематический план, соответствующий содержанию изучаемой дисциплины, даются методические указания по её самостоятельному изучению.

Во втором разделе учебно-методического пособия представлены методические указания по подготовке к практическим занятиям.

В третьем разделе представлены методические указания по подготовке к промежуточной аттестации.

В четвертом разделе представлены методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине.

В конце учебного пособия указаны рекомендуемые источники.

1 Тематический план по дисциплине и методические указания по её изучению

Тема 1. Основные понятия торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – лекция.

Вопросы для обсуждения:

Вопрос 1. Основные понятия в торгово-закупочной деятельности.

Вопрос 2. Цели, задачи и функции торгово-закупочной деятельности на различных рынках.

Вопрос 3. Исторические аспекты торгово-закупочной деятельности.

Методические указания по изучению темы 1

Цель изучения темы – ознакомление с предметом, целью, содержанием и задачами дисциплины, местом дисциплины в структуре образовательной программы, понятиями: торговли, торгово-закупочной деятельности, торгово-закупочного процесса.

В процессе изучения темы обучающимся необходимо уяснить сущность, цель, основные задачи, объекты, субъекты торгово-закупочной деятельности, понятия: "торговля", "торгово-закупочная деятельность", "закупки"; классификацию торговых закупок в зависимости от выбора рынка (целевой потребитель и его основные характеристики по сегментированию, продукт, его география продаж, жизненный цикл продукта и др.).

Вопрос 1. В этом вопросе необходимо четко дифференцировать такие понятия как: "торговля", "торгово-закупочная деятельность".

Для этого необходимо знать понятия "торговля", его исторические корни и специфику современного применения.

Понятие "торгово-закупочная деятельность" имеет неоднозначные трактовки в научной литературе, что предполагает всестороннее изучение деятельности с точки зрения различных подходов трактовки. Торгово-закупочная деятельность необходимо рассматривать как комплекс действий, направленных на улучшение функционирования компании, информирование потенциальных потребителей о товаре и увеличение его продаж, и как результат согласованных действий следующих субъектов рынка.

При рассмотрении понятия "закупки" необходимо определять их как новое конкурентное преимущество с ключевыми бизнес-функциями компании. Создание стоимости больше не связано исключительно с производственным процессом. В современном деловом мире создание стоимости зависит от эффективного управления цепочками поставок, что позволяет компаниям при

низких затратах производить качественную продукцию и быстро выводить ее на рынок [5].

"Торгово-закупочный процесс" как понятие не вызывает особых разночтений, но может предполагать различные комплексы мероприятий, в зависимости от классического или современного подходов, различных рынков (B2B, B2C, B2P), специфики покупки, бюджетной составляющей и др.

Вопрос 2. При изучении следующего вопроса следует рассмотреть существующие подходы к определению целеполагания торгово-закупочной деятельности, охарактеризовать основные задачи развития торгового рынка как в России, так и за рубежом с учетом социально-экономических и технологических особенностей воздействия.

Проблемы развития торгово-закупочного бизнеса на современном этапе.

Общесистемные особенности торгово-закупочной деятельности в новых условиях хозяйствования [5].

Торгово-закупочная деятельность предполагает достижение максимально возможной реализации товаров или услуг через удовлетворение покупателей, предоставляя им максимально широкий выбор и повышение качества жизни.

При рассмотрении основных функций торгово-закупочной деятельности помимо экономической, особое внимание следует обратить на такие отличительные особенности функционирования национальной российского рынка как: политико-правовая, экономическая, технологическая и др.

Вопрос 3. Рассматривая третий вопрос, вникая в историю возникновения предпринимательства и торгово-закупочной деятельности, необходимо уделить внимание особенности возникновения предпринимательства и торгово-закупочной деятельности в России. Рассмотреть классические подходы в экономической теории в развитии понятия "торгово-закупочная деятельность". При рассмотрении данного вопроса следует проанализировать существующие классификации видов торгово-закупочной деятельности, при этом учитывать многообразие подходов, принципов классификации.

Методические материалы по теме 1

При изучении темы студенту следует использовать лекционный материал; материалы, полученные в ходе практического занятия; рекомендованную литературу. Рекомендованные материалы размещены в разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Роль торгово-закупочной деятельности любого предприятия в анализе рынка существенна. С учетом ее влияния производят качественную оценку конъюнктуры рынка по товарам, по фирмам производителям, по торговым фирмам, по брендам. Кроме того, на основе всестороннего изучения и

сопоставления мероприятий можно оценить лидеров по отрасли, выявить ближайших конкурентов.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 1: [1, 2, 4, 9, 12].

Тема 2. Субъекты и объекты торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – лекция.

Вопросы для обсуждения:

Вопрос 1. Основные субъекты в торгово-закупочной деятельности

Вопрос 2. Объекты торговых рынков Европы, США и России.

Методические указания по изучению темы 2

Цель изучения темы – ознакомление с понятием и видами субъектов и объектов торгово-закупочной деятельности на различных рынках.

В процессе изучения темы следует знать:

1) определение субъектов и объектов торгово-закупочной деятельности;

2) основные характеристики объектов и субъектов торгово-закупочной коммерческой деятельности.

В результате изучения темы студент должен знать основные определения объектов и субъектов торгово-закупочной деятельности, их виды с точки зрения исторических и современных подходов, уметь анализировать современные тенденции развития торгово-закупочной деятельности как в России, так и за рубежом.

Вопрос 1. Общее определение субъектов и объектов торгово-закупочной деятельности. Характеристика физических и юридических лиц, их общность и отличие. Объединения коммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в коммерческом предпринимательстве.

Вопрос 2. Изучение данного вопроса потребует детального рассмотрения особенностей развития объектов коммерческой деятельности. Характеристика товара и услуги как объектов торгово-закупочной деятельности. Оценка товаров и услуг в рыночных условиях (с точки зрения производителя и потребителя), обеспечивающая установление равновесной цены.

Методические материалы по теме 2

При изучении темы студенту следует использовать лекционный материал; материалы, рекомендованные источники информации. Рекомендованные материалы размещены в разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 2: [2, 6, 7, 10].

Тема 3. Правовые аспекты в торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – лекция

Вопросы для обсуждения:

Вопрос 1. Федеральный закон "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ (последняя редакция). Основные понятия и требования к торгово-закупочной деятельности в РФ.

Вопрос 2. Основные законодательные инициативы торгово-закупочной деятельности в международной торговле.

Методические указания по самостоятельному изучению темы 3

Цель изучения темы – ознакомление студентов с основным регламентирующим документом профессиональной деятельности.

В процессе изучения темы следует знать основные понятия и определения, вынесенные в регламентирующем торгово-закупочную деятельность документе, основные дополнения к ФЗ, а также понимать и анализировать проблемы соблюдения правовых норм в торгово-закупочной деятельности РФ и знать основные законодательные решения по международной торговле.

В результате изучения темы студент должен грамотно подходить к разработке коммерческих мероприятий с учетом соблюдения правовых и этических норм рекламирования.

Вопрос 1. При изучении данного вопроса необходимо строго руководствоваться официальными материалами действующего в настоящее время ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ, и дополнительными законодательными документами, меняющими или дополняющими некоторые статьи действующего ФЗ.

Вопрос 2. Рассмотрение данного вопроса необходимо для грамотной международной практической торгово-закупочной деятельности, опирающейся на законодательные документы международного производства с учетом динамичного развития отраслевых рынков и форм коммуникации.

Методические материалы по теме 3

При изучении темы студенту следует использовать материала ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ, лекционный материал; материалы, полученные в ходе практического занятия; рекомендованную литературу. Рекомендованные материалы размещены в разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Целями Федерального закона "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ, являются необходимость развитие торгово-закупочной деятельности на рынках Российской федерации, основанных на обязательном соблюдении добросовестности конкуренции, принципов обеспечение единства экономического пространства Российской Федерации, на основе и с учетом реализация права потребителей.

Студентам важно обращать внимание на то, что действующий Федеральный закон применяется к любым взаимоотношениям в сфере торгово-закупочной деятельности, независимо от места ее распространения и производства, при условии, что распространение деятельности осуществляется на территории Российской Федерации.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 3: [1, 2, 12].

Тема 4. Оперативные и стратегические решения в торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – лекция

Вопросы для обсуждения:

Вопрос 1. Методика обработки оперативных решений в области торгово-закупочной деятельности.

Вопрос 2. Выбор форм и методов организации закупок.

Вопрос 3. Сущность стратегического управления закупками.

Вопрос 4. Стратегический подход к выбору методов удовлетворенности потребителя при организации закупок в коммерческой деятельности.

Вопрос 5. Инструментарий для оценки эффективности решений в области торгово-закупочной деятельности.

Методические указания по самостоятельному изучению темы 4

Цель изучения темы – ознакомление с наиболее популярными научными подходами к оперативным и стратегическим методам в торгово-закупочной деятельности.

В процессе изучения темы следует знать основной инструментарий и механизмы обработки торгово-закупочной информации, таких как метод оценки рисков при управлении закупками (PEST), модель категоризации продуктов П. Кралича, методы анализов FDC/XYZ для оптимизации закупочных процедур и другие.

В результате изучения темы студент должен знать взаимосвязь оперативных и стратегических решений в области торгово-закупочной деятельности и методы определения их эффективности применения.

Вопрос 1. Для понимания методов и форм оперативной обработки в области торгово-закупочной деятельности нужно проводить анализы определения потребности в закупаемых продуктах.

Вопрос 2. В данном вопросе необходимо обратиться к классическому трактованию форм и методов закупок, существующих в классических и современных источниках, методиками управления запасов, а также методами организацией договорной работы при организации торгово-закупочной деятельности.

Вопрос 3. Грамотное освоение данного вопроса является основополагающим для последующего понимания сущности стратегического практического моделирования в торгово-закупочной деятельности.

Вопрос 4. При рассмотрении данного вопроса необходимо ознакомиться с теоретическими аспектами отечественных и зарубежных специалистов в направлении выбора методов удовлетворенности потребителя при организации закупок в коммерческой деятельности.

Вопрос 5. Изучение данного вопроса потребует знания основного инструментария и механизмов обработки торгово-закупочной информации, таких как метод оценки рисков при управлении закупками (PEST), модель категоризации продуктов П. Кралича, методы анализов FDC/XYZ для оптимизации закупочных процедур, SWOT- анализа как инструмента выявления перспективного параметра закупок и другие.

Методические материалы по теме 4

При изучении темы студенту следует использовать лекционный материал; материалы, полученные в ходе практического занятия; рекомендованную литературу. Рекомендованные материалы размещены в разделе дисциплины в ЭИОС КГТУ.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 4: [3, 4, 6, 8, 9, 10].

2 Методические указания для подготовки к практическим занятиям

Тема 1. Введение в торгово-закупочную деятельность

Форма проведения занятия – практическое занятие (семинар).

Методические указания для подготовки к практическим занятиям по теме 1

Результатом проведения практического занятия является закрепление знаний о сущности, целях, основных задачах, объекте, субъектах торгово-закупочной деятельности, а также о профессиональных навыках специалиста по закупкам.

Задание 1. Предмет, методология и задачи курса "Торгово-закупочная деятельность" (опрос).

Цель опроса:

- усвоение теоретического лекционного материала;
- уточнение основных понятий в области "Торгово-закупочной деятельности" (понятия: "торгово-закупочная деятельность", "закупка", "торгово-закупочная кампания"; основные функции и задачи в торгово-закупочной деятельности современной организации).

Задание 2. "Выделение характерных черт современного менеджера по закупкам (деловая игра).

Цели игры.

а) активизация студентов, которые должны сами сформулировать характерные черты современного менеджера по закупкам (по методу мозгового штурма);

б) экспертная оценка деловых качеств менеджера.

Методика игры.

1. На первом этапе студенты за 10-15 минут должны назвать максимально возможное количество черт современного менеджера по закупкам.

2. Систематизация полученных характеристик в соответствии со следующей моделью:

- деловые качества (образование, знания, опыт);
- способности (одаренность, талант, способность к данному виду работ);
- культурный ценз и эрудиция, честность и порядочность;
- характер (активность, самостоятельность, обязательность, оперативность, мобильность, умение воспринимать критику, признавать свои ошибки);
- темперамент (холерик, сангвиник, флегматик, меланхолик);
- направленность интересов (материальная, социальная, духовная);
- возрастной ценз (молодой возраст, средний, пожилой).

3. Установление условий оценки:

- качество отсутствует — 1 балл;
- качество проявляется очень редко — 2 балла;
- качество проявляется не сильно и не слабо — 3 балла;
- качество проявляется часто — 4 балла;
- качество проявляется систематически — 5 баллов.

4. Далее экспертным путем определяется весомость каждого качества, а также дается оценка каждому качеству менеджера/ директора по рекламе.

Задание 3. Тестовые задания входящего контроля.

Тест входящего контроля по дисциплине "Торгово-закупочная деятельность"

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте понятия "торговля", "закупка" и "торгово-закупочная деятельность". Покажите различие.

2. Назовите основные цели и задачи торгово-закупочной деятельности

3. Назовите виды закупок. По каким критериям идет деление на основные виды?

4. Назовите характерные черты современного менеджера по закупкам.

5. Какие виды закупок вы знаете и почему в последние годы получили наибольшее развитие?

6. Что такое торгово-закупочная деятельность? Каких конкретных действий требует от менеджера по закупкам планирование и разработка торгово-закупочных решений?

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 1: [1, 3, 4, 9, 10, 11].

Тема 2. Субъекты и объекты торгового рынка

Форма проведения занятия – практическое занятие.

Методические указания для подготовки к практическим занятиям по теме 2

Результатом проведения практического занятия является закрепление знаний о подходах к выделению основных субъектов и объектов торгового рынка на основе характерных признаков каждого.

Практические задания для изучения темы 2 предполагают форму опроса по пройденному лекционному материалу, а также подготовку реферативных выступлений отдельных обучающихся по заранее полученным темам. Индивидуальные выступления обучающихся имеют задачи:

- организации самостоятельной работы;
- организации работы с источниками в рамках лимитированного выступления;

- приобретение навыков выступления перед аудиторией;

- развитие навыков деловых коммуникаций и др.

Назначение реферативных тем в сфере развития различных национальных рекламных рынков позволит провести анализ динамики развития в зависимости от различных факторов влияния внешней среды, а также ознакомит обучающихся с кросс-культурными особенностями на национальных рынках рекламы.

Задание 1. Этапы становления субъектов торгового рынка.

Вопросы:

1. Опишите характерные черты каждого этапа становления современного торгового рынка и субъектов в области закупок.

2. Назовите, какие предметы характерны в закупочной деятельности и номенклатуру закупаемых ресурсов?

3. Какие события способствуют переходу в разные этапы развития торгово-закупочной деятельности?

4. Назовите основные современные тенденции в управлении закупками. Чем они обусловлены?

Задание 2. Особенности эволюционного и современного развития национальных рынков закупок.

Заранее 3 студента получили темы для подготовки устного доклада, были ознакомлены с регламентом и правилами предоставления наглядного информативного выступления.

Реферативный доклад представляется в устной форме с демонстраций презентации в программе PP.

Время выступления – 7-10 минут, презентация 10-12 слайдов.

Доклад должен содержать тезисы по основным понятиям, схемы, рисунки, занимательные материалы для эффекта легкости запоминания материала.

Докладчик должен следовать следующим правилам при выступлении:

- краткость и структурированность в изложении;

- легкость восприятия текстовой и визуальной составляющих для слушателей;

- грамотность и четкость произношения;

- логический характер изложения и визуализации материала.

Темы рефератов:

1. Эволюция и развитие современного рынка закупок.

2. Функциональный цикл закупок и его характерные особенности в РФ.

3. Функциональный цикл закупок за рубежом и его характерные отличия от рынка РФ.

Задание 3. Дискуссионная оценка слушателей выступления по тематике рефератов и поведению выступающих.

Студенты предварительно делятся на две группы слушателей, одна из которых должна выявить все положительные, а другая – отрицательные стороны выступления, руководствуясь исключительно предложенными правилами оценки поведения докладчика (культура речи, четкость произношения, логичность и др.) и требованиями к реферативному заданию (краткость, наглядность, простота восприятия, интерес и др.)

Предполагается краткая дискуссия всех слушателей.

Вопросы к докладчику**:**

1. Оцените положительные/отрицательные стороны выступления по следующим пунктам:

- регламент,
- иллюстративный материал,
- самопрезентация докладчика,
- грамотность и четкость произношения докладчика,
- оценка восприятия текста/ презентации.

2. Какие ошибки допустил докладчик и что, по вашему мнению, сделано верно?

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 2: [4, 7, 8, 9].

Тема 3. Правовое регулирование и ответственность в торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – практическое занятие.

Методические указания для подготовки к практическим занятиям по теме 3

Результатом проведения практического занятия является закрепление знаний об основных понятиях, субъектах рекламы, трактуемых в ФЗ "О закупках товаров, услуг, работ…", а также требованиях, предъявляемые к торгово-закупочной деятельности в различных отраслях и потребительских рынках. В результате изучения темы студент должен знать основные требования ко всем субъектам рекламного рынка и законодательные ограничения в торгово-закупочной деятельности, а также осознавать ответственность за их возможные нарушения.

Задание 1. Специфика деятельности торговых организаций в правовом поле РФ.

В ходе занятия требуется:

– проанализировать специфику деятельности оптовых и розничных торговых организаций в современной экономике в рамках ФЗ "О закупках товаров, услуг, работ…";

– исследовать содержание и особенности бизнес-процессов торговых организаций в современных условиях

Контрольные вопросы:

1. Экспериментальные трактовки основных понятий экономического анализа

2. Влияние уровня экономической активности в стране на особенности анализа торгово-закупочной деятельности

3. Отраслевые особенности анализа торгово-закупочной деятельности с учетом ФЗ "О закупках товаров, услуг, работ…"

Считаете ли вы, что частичное саморегулирование рекламы в сети Интернет является эффективном?

Задание 2. Рефераты по теме "Торгово-закупочная деятельность: этика, регулирование, ответственность".

Заранее 3 студента получили темы для подготовки устного доклада, были ознакомлены с регламентом и правилами предоставления наглядного информативного выступления.

Реферативный доклад представляется в устной форме с демонстраций презентации в программе PP.

Время выступления – 7-10 минут, презентация 10-12 слайдов.

Доклад должен содержать тезисы по основным понятиям, схемы, рисунки, занимательные материалы для эффекта легкости запоминания материала.

Докладчик должен следовать следующим правилам при выступлении:

- краткость и структурированность в изложении;
- легкость восприятия текстовой и визуальной составляющих для слушателей;
- грамотность и четкость произношения;
- логический характер изложения и визуализации материала.

Темы рефератов:

1. Торгово-закупочная деятельность в международной торговле: ограничения и форма ответственности.

2. Особенности правового регулирования торгово-закупочной деятельности в России и за рубежом.

3. Организация договорной работы по закупкам: ограничения и особенности применения в международной торговле.

Задание 3. Дискуссионная оценка слушателей выступления по тематике рефератов и поведению выступающих.

Студенты предварительно делятся на две группы слушателей, одна из которых должна выявить все положительные, а другая – отрицательные стороны выступления, руководствуясь исключительно предложенными правилами оценки поведения докладчика (культура речи, четкость произношения, логичность и др.) и требованиями к реферативному заданию (краткость, наглядность, простота восприятия, интерес и др.)

Предполагается краткая дискуссия всех слушателей.

Вопросы к докладчику:

1. Оцените положительные/отрицательные стороны выступления по следующим пунктам:

- регламент,
- иллюстративный материал,
- самопрезентация докладчика,
- грамотность и четкость произношения докладчика,
- оценка восприятия текста/ презентации.

2. Какие ошибки допустил докладчик и что, по вашему мнению, сделано верно?

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 3: [1, 4, 9, 11].

Тема 4. Оперативные и стратегические решения в торгово-закупочной деятельности

Форма проведения занятия – практические занятия, семинар.

Методические указания для подготовки к практическим занятиям по теме 4

Результатом проведения практического занятия является закрепление знаний об основных оперативных и стратегических решениях в торгово-закупочной деятельности, а также методах применения технологического инструментария по закупочным решениям.

Задание 1. Задания к практическим занятиям:

- выделить особенности разработки стратегии развития торговых организаций и формирования издержек обращения;
- исследовать факторы, определяющие изменение суммы и уровня издержек обращения торговой организации;
- выявить особенности влияния использования трудовых ресурсов и материально-технической базы торговли на сумму и уровень издержек обращения.

Контрольные вопросы:

1. Взаимосвязь специфики деятельности торговой организации и методологии стратегического анализа ее издержек обращения.

2. Возможности применения зарубежного опыта в сфере анализа издержек обращения торгово-закупочной деятельности.

3. Факторы повышения качества анализа издержек обращения в торгово-закупочной деятельности.

Задание выполняется индивидуально или группами.

Задание 2. Задания к практическим занятиям:

- выявить особенности финансового цикла торговой организации и показатели рентабельности, характеризующие качество ее операционной деятельности;

- исследовать интегральные показатели финансовых результатов деятельности торговой организации.

Контрольные вопросы:

1. Влияние современных информационных технологий на уровень анализа прибыли и рентабельности в торговой деятельности

2. Возможности управления торгово-закупочной деятельностью в зависимости от результатов анализа прибыли и рентабельности

3. Роль инноваций в процессе анализа прибыли и рентабельности в торгово-закупочной деятельности

Задание выполняется в группах (максимально – 5 человек).

Задание 3. Задания к практическим занятиям:

- проанализировать виды эффективности по масштабу, территориальному признаку, виду эффекта, виду деятельности, фазам воспроизводственного процесса, направлениям деятельности, виду оценки;

- исследовать показатели, характеризующие эффективность, и их классификацию по степени обобщения и полноты оценки эффективности, методу оценки ресурсов, экономическому содержанию, составу показателя, степени математической формализации, периоду расчета, методике расчета.

Контрольные вопросы:

1. Перспективные стратегические направления изучения эффективности как экономической категории

2. Технологические основы выбора инструментария оценки экономической эффективности

3. Влияние внешней среды на особенности методологии оценки экономической эффективности.

Ссылки на рекомендуемые источники по теме 4: [3, 4, 6, 8, 10].

3 Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости. При промежуточной аттестации по дисциплине учитываются оценки студента по промежуточному тестированию.

Типовые тестовые задания по дисциплине, которые могут быть использованы при проведении промежуточной аттестации:

Вариант 1

1. Основной функцией торговли является ...

а) хранение;

б) предоставление информации;

в) реализация товара;

2. Индивидуальный предприниматель – это…

а) самостоятельный человек;

б) это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, ведущее предпринимательскую деятельность с;

в) это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, ведущее предпринимательскую деятельность без создания юридического лица.

3. К функциям коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий относится:

а) изучение спроса и потребности в товарах;

б) изучение спроса и потребления, выбор поставщиков, формирование хозяйственных связей, а также управление товарным ассортиментом и товарными запасами.

в) оптовая и розничная продажа товаров;

4. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем:

а) покупателями оптовой торговли не является частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи;

б) покупателями оптовой торговли не является частные лица, приобретающие товар для личного потребления;

в) покупателями оптовой торговли являются только организации;

5. На макроуровне оптовая торговля выполняет функции:

а) защитную;

б) оценочную, регулирующую;

в) стимулирующую;

6. Магазин – это:

а) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и обеспеченное торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;

б) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров универсального ассортимента преимущественно из транспортной тары населению или предприятиям для последующей перепродажи;

в) закрытое, оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца; здесь же хранится товарный запас;

7. Магазины, которые реализуют две-три группы товаров, объединенных общностью спроса:

а) крупные;

б) универсальные;

в) специализированные;

8. Среди факторов, влияющих на размещение розничных торговых предприятий, называют:

а) курс валют;

б) уровень образования в стране;

в) величина и плотность города;

9. Принцип территориальной доступности означает:

а) соблюдение территориальной пешеходной и транспортной доступности объектов розничной торговли, в том числе удобство подъездных путей и парковки, с целью минимизации затрат потребления;

б) размещение торговой сети с учетом тенденции универсализации объектов торговли товарами повседневного спроса и специализации прочих объектов;

в) обеспечение каждого магазина необходимым объемом товарооборота, условиями для рентабельной работы;

10. Коммерческая деятельность, связанная с действиями граждан и юридических лиц, направленная на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей:

а) сделка;

б) предпринимательская деятельность;

в) коммерческая деятельность;

11. Документ, который составляется в случае, когда количество и качество товара не соответствует договору:

а) акт;

б) рекламация

в) претензия.

12. Ответ лица, которому адресована оферта – это:

а) акцепт;

б) контракт;

в) договор;

13. Услуга розничной торговли – это:

а) форма товарного обращения;

б) реализация товаров крупными партиями, что предполагает их дальнейшую перепродажу;

в) результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей

.

14. Дополнительными услугами, связанными с покупкой товаров, определяют следующие:

а) упаковку, доставку товаров;

б) организацию крытых площадок;

в) организацию кафетерий, буфетов;

15. К информационно-консультационными услугам относят:

а) консультации специалистов по товарам; проведение рекламных презентаций товаров;

б) упаковка товаров;

в) проверка тех. оборудования;

16. Перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям магазинами, зависит от:

а) месторасположения магазина;

б) ассортиментного профиля магазина;

в) специализации магазина, места его расположения, торговой площади.

17. Мерчандайзинг – это:

а) комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки;

б) правила грамотной выкладки товаров;

в) подбор такого ассортимента товаров, который больше всего отвечает потребностям покупателей;

18. Ассортимент – это:

а) рекламное оборудование для размещения упаковки товара на полках и визуального выделения товара среди конкурентов;

б) расположение товаров на полках, прилавке, стеллажах;

в) число видов товарных единиц одной товарной категории.

19. Форма товародвижения бывает:

а) складская;

б) транзитная;

в) трехзвенная.

20. Для перевозки морским транспортом чаще всего выбирают такой вид груза, как:

а) скоропортящиеся продукты;

б) живые грузы;

в) сверхтяжелые грузы.

Вариант 2

1. Основной целью деятельности торгового предприятия определяют:

а) превышение результатов над затратами;

б) превышение затрат над результатами;

в) затраты равны результатам.

2. К функциям розничной торговли относятся:

а) удовлетворение потребностей населения в товарах;

б) доведение товаров до потребителей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;

в) накопление товарных запасов и обеспечение надлежащих условий их хранения.

3. Магазины с торговой площадью 1001-3500 кв. м:

а) средние;

б) крупные;

в) элитные.

4. Последовательность операций, обеспечивающая процесс купли-продажи товаров и товародвижения:

а) торговый процесс;

б) распределительный процесс;

в) коммерческий процесс.

5. Для оптовой торговли свойственно:

а) закупка крупных партий товаров у производителей;

б) приспособление товарного ассортимента к потребностям промежуточных покупателей;

в) концентрация значительных материальных ресурсов.

6. Оптовый оборот по реализации товаров включает:

а) продажу товаров розничным торговым предприятиям;

б) продажу товаров для переработки на производственных предприятиях;

в) продажу товаров государственным бюджетным предприятиям.

7. Оптовой ценой считается та,

а) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями (оптом);

б) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно единичным товаром;

в) по которой предприятия реализуют произведенную продукцию потребителям, обычно единичным товаром.

8. Методы оптовой продажи товаров:

а) личный отбор товаров представителем покупателя;

б) письменные, телеграфные и телефонные заказы;

в) через передвижные склады и разъездных товароведов.

9. Основная задача планировки торгового предприятия предусматривает:

а) заставить покупателя пройтись по всему магазину, рассмотреть товар и сделать покупку;

б) грамотно расставить весь ассортимент товаров для покупателя;

в) нет правильного ответа.

10. Технические требования, предъявляемые к торговым зданиям, называют:

а) оформление и отделка помещений в соответствии с их назначением;

б) обеспечение соответствующего оптимального количества воздуха, освещения;

в) эффективность торгового процесса, выбор условий, обеспечивающих наименьшие затраты на проектирование, строительство, эксплуатацию.

11. Предложение, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, достаточно определенно выражающее намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресом, которым предложение будет принято:

а) акцепт;

б) запрос;

в) оферта.

12. Договор, по которому одна сторона обязуется передать товар в собственность другой стороне, которая обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму:

а) поставки;

б) аренды;

в) купли-продажи

13. Для совершения какой сделки необходимо выражение согласованной воли 2-х и более сторон:

а) двухсторонней;

б) двухсторонней и многосторонней

в) многосторонней.

14. К характеристикам услуг принято относить:

а) неосязаемость;

б) расширение ассортимента;

в) неотделимость от источника.

15. Услуги торговли включают:

а) реализацию товаров;

б) информационно-консультационные услуги;

в) все варианты верны.

16. В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН) к услугам розничной торговли относятся:

а) упаковка купленных в магазине товаров;

б) организация кафетерий;

в) торговые автоматы.

17. Эргономика услуг розничной торговли предусматривает:

а) гармоничность, стилевое единство, целостность композиции;

б) комфортность и удобство покупателей при оказании услуги;

в) архитектурно-планировочных решений помещений торгового предприятия.

18. Предметами управления торгово-технологическим процессом в магазине являются:

а) товарные запасы;

б) оборудование торговых залов;

в) торговые площади.

19. Необходимые размеры товарных запасов для магазинов устанавливаются с учетом:

а) объема дневной реализации;

б) площади вспомогательных помещений;

в) наличия собственных транспортных средств.

20. Процесс последовательности операций, обеспечивающих процесс купли-продажи и товародвижения, называют:

а) торгово-технологический;

б) ассортиментный;

в) торгово-складской.

4 Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Цель самостоятельной работы – формирование у студентов потребности и умения самостоятельно получать новые знания для решения учебных, научных и профессиональных задач.

Задачами самостоятельной работы студентов являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- развитие творческого восприятия и осмысление учебного материала по отдельным темам дисциплины;
- приобретение навыков самостоятельного поиска информации в рамках изучаемой темы;
- выработка умения ориентироваться в постоянном потоке научной, методической, правовой информации;
- формирование установки на систематическое получение новых знаний.

Выполнение самостоятельной работы по дисциплине "Торгово-закупочная деятельность" осуществляется в виде проработки учебного материала и ответов на контрольные вопросы по отдельным темам дисциплины, решения практических задач, предложенных преподавателем, подготовки рефератов и презентаций к практическим (семинарским) занятиям.

В качестве основных средств выполнения самостоятельной работы следует использовать нормативно-правовые акты, учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем, лекционный материал по отдельным темам дисциплины, подобранную студентом литературу в соответствии с изучаемой темой.

В перечень задач, которые студент должен выполнить в процессе самостоятельной работы, входят:

- осуществить проработку учебного материала путём подбора и анализа различных источников информации по изучаемой теме;

- сформулировать ответы на контрольные вопросы по отдельным темам дисциплины;

- решить практические задачи, предложенные преподавателем;

- подготовить доклад, реферат или презентацию для обсуждения на практических (семинарских) занятиях.

Выполненные студентом самостоятельные задания подлежат контролю со стороны преподавателя. Он осуществляется путём проведения устных опросов по контрольным вопросам рассматриваемой темы, проверки решённых студентами практических задач, предложенных преподавателем, наблюдения за выступлениями студентов с докладами, рефератами, презентациями на практических (семинарских) занятиях и последующего их обсуждения.

Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины в соответствии с программой и рекомендованной литературой. Самостоятельная работа выполняется в виде подготовки домашнего задания или сообщения по отдельным вопросам, реферативного обзора.

Контроль качества самостоятельной работы может осуществляться с помощью устного опроса на практических занятиях, проведения тестирования.

Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией. Письменные работы помогают преподавателю оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.

Самостоятельная работа предусмотрена в следующих формах:

1) Освоение теоретического учебного материала, в том числе подготовка к практическим занятиям (форма контроля – тестирование, контроль на практических занятиях).

2) Выполнение самостоятельной работы. Самостоятельная работа выполняется студентами согласно требованиям, представленным в учебно-методическом пособии [5]. Основная цель самостоятельной работы –

закрепление, расширение и углубление знаний, полученных в теоретическом курсе, приобретение навыков разработки практических рекомендаций в условиях большей, чем на практических занятиях, самостоятельности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Основные

1. Федеральный закон "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ (последняя редакция)

2. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федер. закон от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (ред. от 22.02.2017).

3. Анализ портфеля определения стратегии закупок по модели Кралича [Электронный ресурс]. URL: //http://urazova.com/enciklopediya/analiz-p

4. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учеб. / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - Москва: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2020. - 400 с. (ЭБС "Университетская библиотека онлайн").

5. Евтодиева, Т. Е. Управление закупками в коммерческой деятельности: учеб. пособие / Т. Е. Евтодиева, Н. В. Иванова, Д. В. Ралык. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019.

Дополнительные

6. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учеб. / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2022. - 500 с. (ЭБС "Университетская библиотека онлайн").

7. Боровинский, Д. В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов) / Д. В. Боровинский, В. В. Куимов. - Красноярск: СФУ, 2019. - 171 с.

8. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учеб. / Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Финпресс, 2018. – 496 с.

9. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей направлений ИНОТЭКУ / сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. – 2-е изд., испр., доп. – Калининград: КГТУ, 2018. – 29 с.

10. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учеб. / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Изд.-.торг. центр "Маркетинг", 2022. – 578 с.

11. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учеб. / Ф. П. Половцева. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 248 с.

Локальный электронный методический материал

В. Г. Моисеева

ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Редактор Э. С. Круглова

Уч.-изд. л. 2,2. Печ. л. 2,0.

Издательство федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
"Калининградский государственный технический университет".
236022, Калининград, Советский проспект, 1