

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Райхерт Татьяна Николаевна Министерство образования и науки Российской Федерации  
Должность: Директор Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Дата подписания: 09.03.2022 13:44:53  
Уникальный программный ключ:  
c914df807d771447164c08ee17f8e2f93dde810b  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

У Т В Е Р Ж Д А Й  
Зам. директора по УМР

/Л. П. Филатова/  
«\_\_ » 2018 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

**Б1.В.ДВ.1.02 УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЛЕЙ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Образовательная программа подготовки бакалавра  
по направлению 09.03.03 Прикладная информатика.  
Профиль «Прикладная информатика в экономике»

Нижний Тагил  
2018

Рабочая программа дисциплины «Управление торговлей и ценообразование». Нижний Тагил : Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2018. – 11 с.

Настоящая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры гуманитарных, социально-экономических наук ... ..... 201 \_\_\_\_ г., протокол № ...

Зав. кафедрой

Н. Ю. Мочалова

Составитель:

А. Б. Шемякин, доцент кафедры ГСЭН

Одобрена на заседании кафедры информационных технологий 12 октября 2018 г., протокол №2.

Заведующая кафедрой ИТ

М. В. Мащенко

Председатель методической комиссии ФЕМИ

В. А. Гордеева

Рекомендована к печати методической комиссией факультета естествознания, математики и информатики \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г., протокол № \_\_\_\_.

Декан ФЕМИ

Н. В. Жуйкова

Зав отделом АВТ и МТО научной библиотеки

О. В. Левинских

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Пояснительная записка.....	4
2. Принципы отбора содержания учебного материала дисциплины и его организации .....	5
3. Учебно-тематический план .....	6
4. Содержание курса .....	6
5. Вопросы и литература к семинарам .....	7
6. Образовательные технологии, рекомендованные к применению в процессе изучения дисциплины.....	8
7. Организация самостоятельной работы студентов .....	8
8. Организация текущего контроля успеваемости.....	9
9. Промежуточная аттестация студентов.....	9
10. Рекомендуемая литература, информационные сетевые ресурсы .....	10

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа учебной дисциплины «Управление торговлей и ценообразование» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика.

**1.1. Целью преподавания дисциплины:** является ознакомление студентов с теоретическими основами и методами управления торговлей и ценообразования в условиях современной рыночной экономики.

**1.2. Задачи изучения дисциплины** заключаются:

- в усвоении студентами содержания основных компонентов сбытовой и ценовой политики современного предприятия;
- в ознакомлении студентов с основными методами управления торговлей и методами ценообразования, оценки эффективности сбытовой и ценовой стратегии организации;
- в освоении механизм разработки и обоснования сбытовой и ценовой политики на разных стадиях жизненного цикла организации;
- в овладении навыками определение оптимальных систем и каналов распределения товаров организации, а также установления на них окончательной цены.

**1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Учебная дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы подготовки бакалавра для заочной формы обучения по направлению 09.03.03 «Прикладная информатика» профилю «Прикладная информатика в экономике» и входит в модуль «Дисциплины профильной подготовки».

**1.4. Взаимосвязь с другими частями ОПОП.**

Для изучения дисциплины «Управление торговлей и ценообразование» студенты могут использовать знания, полученные ранее в курсе «Экономическая теория» и «Экономика организаций». Знания, полученные при изучении данной дисциплины будут востребованы при изучении дисциплины «Информационный менеджмент».

**1.5. Требования к результатам освоения дисциплины.**

В результате изучения дисциплины «Управление торговлей и ценообразование» студент должен:

**знат:**

- источники коммерческого права и ответственность субъектов коммерческой деятельности, основы их информационного обеспечения;
- классификацию торговых организаций, функции и особенности функционирования их основных видов;
- показатели и методы оценки финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий;
- сущность, функции и классификацию цен;
- процесс формирования ценовой политики предприятия и методы ценообразования;

**уметь:**

- обосновывать управленческие решения по управлению каналами распределения и товародвижения, учитывая специфику различных торговых предприятий;
- анализировать ценовую политику предприятия (организаций);
- применять основные методы ценообразования для расчета окончательной цены;

**владеть:**

- навыками оценки экономических затрат для реализации проектных решений по информатизации процесса управления торговлей и ценообразованием.

### **1.6. Вклад дисциплины в формирование общекультурных и профессиональных компетенций.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих профессиональных компетенций, согласно которым выпускник обладает:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- способностью выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений (ПК-5);
- способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем (ПК-21).

## **2. ПРИНЦИПЫ ОТБОРА СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ДИСЦИПЛИНЫ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ**

«Управление торговлей и ценообразование» изучается как комплексная научная дисциплина, в основе которой лежит системный подход. В связи с этим содержание дисциплины может рассматриваться как совокупность взаимодействующих между собой подсистем: управлеченческих знаний, умений, навыков, ценностных ориентаций и отношений.

В основу отбора содержания данной дисциплины были заложены следующие принципы:

- *научности* – определяет включение в содержание строго выверенных и достоверных научных знаний, требует постоянного напряжения умственной деятельности и применение приемов сравнения, анализа и синтеза, объяснения причинно-следственных связей, обобщения;
- *фундаментальности* – обеспечивает гарантии образовательного потенциала от морального старения знаний;
- *интеграции* – предполагает взаимопроникновение, взаимосвязь и единство идей, целей, содержания экономических, управлеченческих и гуманитарных дисциплин и процесса социально-экономического образования;
- *культурологической направленности* – выполняет методологическую функцию и обеспечивает формирование культуры будущего специалиста по прикладной информатике в сфере экономики.
- *принцип соответствия объема содержания учебного предмета времени, отведенному на его изучение;*
- *принцип соответствия содержания образования имеющейся учебно-методической и материальной базе.*

### 3. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### **для заочной формы обучения**

Срок изучения – 4 курс

Трудоемкость – 3 з.е. – 108 часов

Аудиторные занятия – 12 часов

Лекции – 6 часов

Практические занятия – 6 часов

Самостоятельная работа – 92 часа

Форма отчетности – зачет (4 часа)

№	Название раздела, темы	Распределение часов				
		Трудо-ем-кость	Аудит занят.	Из них		Само-стоят. работа
				Лекции	Семин.	
I	<u>Управление каналами товародвижения и торговыми предприятиями.</u>					
1.	Сущность, содержание и условия осуществления коммерческой деятельности.	14	2	2		12
2.	Правовые основы и информационное обеспечение коммерческой деятельности.	12	1		1	11
3.	Управление предприятиями розничной торговли.	13	2	1	1	11
4.	Управление предприятиями оптовой торговли.	13	2	1	1	11
II	<u>Цена и формирование ценовой политики предприятия.</u>					
5.	Сущность, функции и виды цен.	14	2	2		12
6	Понятие, компоненты и этапы формирования ценовой политики.	12	1		1	11
7	Основные методы ценообразования на предприятии.	12	1		1	11
8	Технология и факторы установления окончательной цены.	14	1		1	13
	<b>Зачет:</b>	4				4
	<b>Всего:</b>	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>96</b>

### 4. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

#### **Раздел I. Управление каналами товародвижения и торговыми предприятиями.**

##### **Тема 1. Сущность, содержание и условия осуществления коммерческой деятельности.**

Отечественная и зарубежная история развития коммерческой деятельности. Роль торговли для предприятия и национальной экономики в целом. Торговая (сбытовая) политика предприятия. Природа и функции каналов распределения. Уровни канала. Каналы в сфере услуг. Вертикальная маркетинговая система (ВМС). Горизонтальная маркетинговая система. Многоканальная маркетинговая система. Сотрудничество, конфликты и конкуренция каналов распределения. Решения о структуре канала. Интенсивное, эксклюзивное или селективное распределение. Решения об управлении каналом. Планирование сбыта товаров. Приемы интенсификации сбыта товаров. Природа, функции и виды товародвижения. Товарооборот в каналах сбыта информационного продукта. Дистрибуция информационного продукта.

**Тема 2. Правовые основы и информационное обеспечение коммерческой деятельности.**

Источники коммерческого права и ответственность субъектов коммерческой деятельности, основы их информационного обеспечения. Информационное обеспечение управления торговлей.

**Тема 3. Управление предприятиями розничной торговли.**

Природа и функции розничной торговли. Классификация розничных торговых предприятий по объему услуг для потребителей, предлагаемому товарному ассортименту, относительно внимания к ценам, характеру торговых помещений, принадлежности магазина, разновидности концентрации магазинов. Маркетинговые решения розничного торговца.

**Тема 4. Управление предприятиями оптовой торговли.**

Природа и функции оптовой торговли. Виды предприятий оптовой торговли: оптовик-купец, брокер и агент, оптовые отделения и конторы производителей, специализированные оптовики. Маркетинговые решения оптовика. Электронная коммерция. Компьютеризация торговли.

**Раздел II. Цена и формирование ценовой политики предприятия.**

**Тема 5. Сущность, функции и виды цен.**

Сущность и типология цены. Функции цены на предприятии и в рыночной экономики. Модели ценообразование на разных типах рынках: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополистическая конкуренция, чистая монополия.

**Тема 6. Понятие, компоненты и этапы формирования ценовой политики.**

Задачи и политика ценообразования. Разработка системы ценообразования на предприятии. Анализ внешних и внутренних факторов ценообразования. Методика расчета исходной цены: определение цели ценообразования, определение спроса, оценка издержек, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены.

**Тема 7. Основные методы ценообразования на предприятии.**

Методы ценообразования: ценообразование методом «издержки + прибыль», ценообразование по графику безубыточности, ценообразование с использованием кривой спроса, основные типы ценообразования с ориентацией на конкуренцию. Критерии выбора метода ценообразования.

**Тема 8. Технология и факторы установления окончательной цены.**

Подходы к проблеме ценообразования: Установление цен на новый товар. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры. Установление цен по географическому принципу. Установление цен со скидками и зачетами. Установление дискриминационных цен. Инициативное изменение цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

**5. ВОПРОСЫ И ЛИТЕРАТУРА К СЕМИНАРАМ**

**Тема 1–4. Управление каналами товародвижения и торговыми предприятиями.**

1. Сущность, содержание и условия осуществления коммерческой деятельности.
2. Правовые основы и информационное обеспечение коммерческой деятельности.
3. Управление предприятиями розничной торговли.
4. Управление предприятиями оптовой торговли.

*Литература*

1. Брагин, Л. А. Торговое дело – экономика и организация / Л. А. Брагин. – М. : ИНФРА, 2003. – 236 с.
2. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: учебник для студентов высших учебных заведений / Л. П. Дашков, В. К Памбухчиянц. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. ИТК «Дашков и К°», 2008. – 696 с.
3. Минько, Э.В. Основы коммерции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 512 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8108.html> – ЭБС «IPRbooks».
4. Моисеева, Н. К. Управление маркетингом : теория, практика, информационные технологии : учеб. пособие / Н. К. Моисеева, М. В. Конышкова ; под ред. Н. К. Моисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2005. – Гл. 3.

**Тема 5–8. Цена и формирование ценовой политики предприятия.**

1. Сущность, функции и виды цен.
2. Понятие, компоненты и этапы формирования ценовой политики.
3. Основные методы ценообразования на предприятии.
4. Технология и факторы установления окончательной цены.

*Литература*

1. Моисеева, Н. К. Управление маркетингом : теория, практика, информационные технологии : учеб. пособие / Н. К. Моисеева, М. В. Конышкова ; под ред. Н. К. Моисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2005. – Гл. 3.
2. Ценообразование. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.А. Тактаров [и др. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 192 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69225> – ЭБС Лань.
3. Шуляк, П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – М. : Дашков и К, 2016. – 196 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93298> – ЭБС Лань.

**6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, РЕКОМЕНДОВАННЫЕ К ПРИМЕНЕНИЮ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Лекционный курс кроме лекции в традиционной форме может предполагать также такие её формы, как лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-консультация. На семинарских занятиях кроме обычных сообщений по предложенным вопросам могут использоваться такие методы обучения как доклад с презентацией, имитационные игры; тестирование, решение задач и кейс-метод.

**7. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

№ п/п	Темы занятий	Сам.	Содержание самостоятельной работы	Формы контроля СРС
Раздел I. Управление каналами товародвижения и торговыми предприятиями.				
1	Сущность, содержание и условия осуществления коммерческой деятельности.	12	Подготовка доклада с презентацией по темам раздела.	Доклад с презентацией.
2	Правовые основы и ин-	11	Проработка темы по кон-	Тест-опрос, решение задач

	формационное обеспечение коммерческой деятельности.		спекту лекций и учебного пособия.	
3	Управление предприятиями розничной торговли.	11		Тест-опрос, решение задач
4	Управление предприятиями оптовой торговли.	11		Тест-опрос, решение задач
<b>Раздел II. Цена и формирование ценовой политики предприятия.</b>				
5	Сущность, функции и виды цен.	12	Подготовка доклада с презентацией по темам раздела.	Доклад с презентацией.
6	Понятие, компоненты и этапы формирования ценовой политики.	11	Проработка темы по конспекту лекций и учебного пособия.	Тест-опрос, решение задач
7	Основные методы ценообразования на предприятии.	11		Тест-опрос, решение задач
8	Технология и факторы установления окончательной цены.	13		Имитационная игра по проблемам ценообразования (или разбор кейсов).
	<b>Зачет</b>	4	Подготовка к зачету	Зачет по вопросам
	<b>Всего:</b>	<b>96</b>		

## 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Текущая проверка результатов сформированности компетенций в течение семестра проводится в следующих формах:

- Выполнение заданий, требующих самостоятельного поиска.
- Решение тестов по темам дисциплины.
- Решение задач на занятиях и в рамках самостоятельной работы.
- Обсуждение итогов деловых игр, разбора кейсов.

## 9. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ

Формой контроля по завершению изучения дисциплины является зачет. Во время аттестации проверяется:

- усвоение теоретического материала курса;
- умения оценивать эффективность хозяйственной деятельности предприятия (организации).

Зачет проводится в устной форме по билетам (зачет – по экзаменационному билету, в котором один вопрос).

### **Перечень вопросов к зачету**

1. Основы коммерции и технологии торговли.
2. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле.
3. Договоры в торговле.
4. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров.
5. Коммерческая работа по продаже товаров.
6. Организация биржевой торговли.
7. Организация торговли на аукционах.
8. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на предприятиях торговли.

9. Реклама в коммерческой деятельности.
10. Лизинговые операции. Франчайзинг.
11. Оптовые торговые предприятия, их функции, типы и виды.
12. Классификация, устройство и планировка товарных складов.
13. Технологическое оборудование складов.
14. Организация и технология складских операций.
15. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах.
16. Тара и тарные операции в торговле.
17. Организация перевозок грузов.
18. Организация и технология товаровнабжения розничных торговых предприятий.
19. Классификация, функции и принципы размещения предприятий розничной торговли.
20. Устройство и основы технологических планировок магазинов.
21. Торгово-технологическое оборудование магазинов
22. Интерьер и рекламно-информационное оформление магазина.
23. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей.
24. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда в магазине.

#### **Критерии оценки ответа на зачете**

«Зачтено» выставляется при подтверждении сформированности заявленных результатов компетенций, если большая часть содержания основного вопроса была раскрыта, как в теоретическом плане (определенны понятия, которые указаны в содержании курса), так и в практическом (выполнено практическое задание). Студент правильно отвечает полностью на один дополнительный вопрос или частично на два.

«Не зачтено» выставляется, если качество ответа ниже указанных параметров.

## **10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ СЕТЕВЫЕ РЕСУРСЫ**

#### **Основная литература**

1. Лев М.Ю. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / М.Ю. Лев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 719 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8593.html>
2. Горина Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.А. Горина.. — М. ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 127 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15497.html>

#### **Дополнительная литература**

3. Ценообразование в организации [Электронный ресурс] : практикум. Учебное пособие / Т.В. Емельянова [и др.].— Минск: Вышэйшая школа, 2016. — 332 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20170.html>
4. Постникова Е.С. Ценообразование и цены на продукцию научоемких предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.С. Постникова. — М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2017. — 112 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31563.html>
5. Минько, Э.В. Основы коммерции [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 512 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8108.html> – ЭБС «IPRbooks».
6. Ценообразование. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.А. Тактаров [и др. – М. :

Финансы и статистика, 2017. – 192 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69225> – ЭБС Лань.

7. Шуляк, П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – М. : Дашков и К, 2016. – 196 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93298> – ЭБС Лань.

### Информационные сетевые ресурсы

<b>Адреса сайтов</b>	<b>Сведения</b>
<a href="http://www.cfin.ru"><u>http://www.cfin.ru</u></a>	<b>Корпоративный менеджмент.</b> Масса информации – полнотекстовые варианты учебников и статей по менеджменту и маркетингу (есть обзоры рынков), бухучету и налогообложению; ссылка на периодические издания и Интернет-сайты по этим предметам. Есть ссылки на сайты компаний-разработчиков управленческого программного обеспечения.
<a href="http://www.aup.ru"><u>http://www.aup.ru</u></a>	<b>Административно-управленческий портал.</b> Помимо книг и статей по экономике, маркетингу и менеджменту можно найти нормативные документы, примеры бизнес-планов и др. видов документации необходимых для компании. Есть ссылки на компании, производящие маркетинговые исследования.
<a href="http://www.expert.ru"><u>http://www.expert.ru</u></a>	<b>Журнал «Эксперт».</b> На сайте журнала можно ознакомится с материалами свежего номерами, а также др. изданий («Эксперт-Урал», «Северо-Запад», «Оборудование» и т. д.) Однако статьи из архива можно получить за определенную плату.
<a href="http://www.rbc.ru"><u>http://www.rbc.ru</u></a>	<b>Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия).</b> Самая свежая информация о состоянии финансовых и товарных (российских и мировых), новостные ленты. Аналитические материалы, обзоры финансовых рынков.
<a href="http://www.akm.ru"><u>http://www.akm.ru</u></a>	<b>Информационное агентство «АК&amp;М» (Россия).</b>
<a href="http://www.marketingacademy.ru"><u>http://www.marketingacademy.ru</u></a>	<b>Маркетинг.</b> На сайте выложены публикации по разным вопросам маркетинга. Интересен раздел «Программное обеспечение»
<a href="http://www.troika.ru"><u>http://www.troika.ru</u></a>	<b>Инвестиционная компания «Тройка-Диалог».</b> В свободном доступе свежая финансовая информация. Доступ к аналитическим материалам ограничен.