

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УЧЕТНО-ФИНАНСОВЫЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра коммерции и таможенного дела**

**УТВЕРЖДАЮ:**

Проректор по научно-методической и учебной работе

Е.И. Скафа

«17» апреля 2019 г.



**Рабочая программа учебной дисциплины**

**«ПОТЕНЦИАЛ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ»**

Направление подготовки:	38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа	Торговое дело
Программа подготовки	академическая магистратура
Квалификация	магистр
Форма обучения	очная

Донецк 2019

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана учетно-финансового факультета

Н.В. Алексеенко

« 10 » апреля 2019 г.

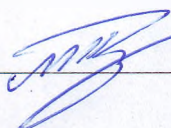


Программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 323 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г. № 653.).

Программа учебной дисциплины «Потенциал объединения торговых организаций» составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 24.11.2016 г. № 1208, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от 14.12.2016 г. № 1759, «Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017 г. № 1171, учебного плана по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (магистерская программа: Торговое дело), утвержденного Ученым Советом Университета от 02.04.2019 г., протокол № 3.

Разработчик:

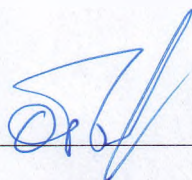
кандидат экономических наук, ст. преподаватель  
кафедры коммерции и таможенного дела

 М.И. Панжар

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела

Протокол № 3 от « 3 » апреля 2019 г.

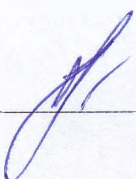
И. о. заведующий кафедрой  
«Коммерция и таможенное дело»

 О.Н. Головинов

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией учетно-финансового факультета

Протокол № 8 от « 9 » апреля 2019 г.

Председатель учебно-методической комиссии  
учетно-финансового факультета

 А.А. Блажевич

### 1. Область применения и место дисциплины в учебном процессе.

Учебная дисциплина «Потенциал объединения торговых организаций» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело. Для студентов направления подготовки 38.04.06 Торговое дело дисциплина реализуется кафедрой коммерции и таможенного дела.

Содержание дисциплины опирается на знания и навыки, приобретенные студентами в результате изучения дисциплин профессионального цикла «Коммерческое бюджетирование», «Мерчендайзинг», «Торговое предпринимательство».

В свою очередь, знания, умения и навыки, приобретаемые в процессе изучения дисциплины «Потенциал объединения торговых организаций», будут полезны магистранту при прохождении преддипломной практики и подготовке, а так же защите магистерской диссертации.

### 2. Структура дисциплины

Характеристика учебной дисциплины	
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа	Торговое дело
Программа подготовки	академическая магистратура
Квалификация	магистр
Количество содержательных модулей	1
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)»
Формы контроля	1 модульный контроль, 1 зачет в 1 семестре
Показатели	очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Количество часов	144
Год подготовки	1
Семестр	1
Аудиторных часов, в том числе	54
- лекционных	
- практических, семинарских	54
- лабораторных	-
- самостоятельной работы	90
в т.ч. индивидуальное задание	-
Недельное количество часов,	3
в т. ч. аудиторных	3

### 3. Описание дисциплины

#### Цели и задачи

**Цель** курса «Потенциал объединения торговых организаций» является:

- формирование у студентов магистратуры теоретических знаний о проблемах интеграционных процессов в торговле, принципах образования и перспективах деятельности на потребительском рынке современных объединений (конгломератов), а также основ государственной антимонопольной политики в современных условиях.

**Задачами** курса являются:

- приобретение знаний об основах государственной антимонопольной политики на потребительском рынке товаров и услуг;

- изучение механизма интеграции в сфере торговых услуг и особенностей деятельности различных хозяйствующих субъектов торговли в данном процессе;

- овладение способами интерпретации и практического применения нормативно-правовых актов, регламентирующих антимонопольное регулирование деятельности хозяйствующих субъектов на рынке торговых услуг.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ по данному направлению подготовки:

##### **а) общекультурных (ОК):**

– способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);  
– готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

##### **б) общепрофессиональных (ОПК):**

– готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

##### **в) профессиональных (ПК):**

– способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5);

– способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и предоставлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

– способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий (ПК-12).

#### **В результате изучения учебной дисциплины студент должен**

##### **Знать:**

- понятия и категории, связанные с разработкой стратегии развития торговли в регионе;  
- действующую нормативно-правовую базу по развитию торговли в республике;  
- современное состояние торговли в регионе;  
- приоритетные направления развития торговли;  
- инструментarii достижения стратегических задач по развитию торговли;  
методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной коммерческой деятельности.

##### **Уметь:**

- применять различные методы анализа для оценки состояния региональной торговли;  
- определить основные проблемы внутренней торговли;  
- определять и обосновывать приоритетные направления развития торговли;  
- найти механизмы достижения стратегических задач по развитию торговли в республике и ее районах;  
- самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение;  
- адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;  
- находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;

исследовать, прогнозировать, моделировать и оценивать конъюнктуру рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

**Владеть:**

- терминологическим аппаратом в сфере стратегического развития торговли;
- знаниями по состоянию торговли в регионе;
- нормативно-правовой базой, регламентирующей направления развития торговли в республике;
- знаниями приоритетного развития торговли в регионе;
- инструментарием по реализации стратегических задач регионального развития торговли;
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности.

#### **4. Содержание дисциплины и формы организации учебного процесса**

Дисциплина «Потенциал объединения торговых организаций» предусматривает такие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, а также самостоятельную работу студентов.

При проведении практических занятий используются мультимедийные презентации, дополнительные раздаточные материалы в виде шаблонов документов и прочих наглядных материалов.

В учебном процессе используются такие методы как разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика, а так же внеаудиторная самостоятельная работа, системы бально-рейтинговой оценки успеваемости в том числе лично-ориентированное обучение.

В учебном процессе по курсу, широко используются интернет-ресурсы; рассматриваются задачи и практические ситуации, максимально приближенные к современным реалиям. Используются тестовые задания, поощряется самостоятельная работа, проводятся контрольные мероприятия.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов лекций по вопросам изучаемых тем, проработка учебно-методической литературы, статей, проведение дополнительной работы в виде подготовки презентаций, сообщений и докладов.

<b>Порядковый номер и тема</b>	<b>Краткое содержание темы</b>
<b>Тема 1. Понятие и сущность интеграционных процессов на потребительском рынке. Экономические характеристики деятельности объединений торговых организаций.</b>	Понятие, сущность, цель и задачи торговой деятельности в условиях рыночной экономики и объединительных процессов на потребительском рынке товаров и услуг. Цели, принципы и методы создания торговых объединений (конгломератов). Формы интеграции в торговле. Количественные и качественные характеристики интеграционной деятельности на потребительском рынке товаров и услуг. Объединительные процессы на потребительском рынке и их влияние на качество торговых услуг. Зарубежный опыт создания объединений торговых организаций.
<b>Тема 2. Понятие кластеров и их особенности в сфере</b>	Теория кластеров М. Портера и её особенности в различных регионах и областях деятельности. Формирование кластеров в торговле и других отраслях сферы услуг. Роль и значение

<p><b>торговых услуг.</b>  <b>Государственное антимонопольное регулирование и защита конкуренции.</b></p>	<p>кластеров как основы образования конгломератов на потребительском рынке. Городские агломерации, их развитие и значение для процесса формирования кластеров в торговле. Государственное регулирование и защита конкуренции. Запрещение монополистической деятельности. Понятие недобросовестной конкуренции. Государственный контроль экономической концентрации. Направления осуществления государственного антимонопольного регулирования на потребительском рынке.</p>
<p><i>Тема 3.</i>  <b>Нормативно-правовое обеспечение процессов интеграции на потребительском рынке. Особенности функционирования национального рынка в республике.</b></p>	<p>Законодательные основы правового обеспечения интеграционных процессов на потребительском рынке. Основные организационно-правовые формы объединений в торговле. Полномочия исполнительной власти в области государственного регулирования торговой деятельности и интеграционных процессов в экономике. Полномочия органов государственной власти, органов местного самоуправления в области государственного регулирования торговой деятельности. Основные направления государственной политики в области развития торговли и поддержки перспективных форм организации экономических структур на потребительском рынке.</p>
<p><i>Тема 4.</i>  <b>Экономические и организационные особенности современных интеграционных процессов на потребительском рынке и генезис создания конгломератов в сфере торговых услуг.</b></p>	<p>Экономические реформы и системные изменения на потребительском рынке. Формирование объединений (конгломератов) на потребительском рынке: этапы становления и особенности развития. Социальное значение деятельности крупных и крупнейших торговых объединений. Малое предпринимательство на потребительском рынке как фактор, способствующий развитию дополнительных услуг для населения. Государственное регулирование размещения нестационарных торговых объектов.</p>
<p><i>Тема 5.</i>  <b>Перспективы развития объединений торговых организаций и возможные изменения их конфигурации.</b></p>	<p>Анализ деятельности объединений торговых организаций на потребительском рынке и возможные направления изменений в интеграционной политике в сфере торговли и других видов услуг. Региональные особенности развития интеграционных процессов на рынке потребительских товаров и услуг. Прогноз основных изменений в конфигурации собственников объединений торговых организаций в отдельных секторах потребительского рынка.</p>

### Тематический план

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов					
	Очная форма					
	всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Понятие и сущность интеграционных процессов на потребительском рынке. Экономические характеристики деятельности объединений торговых организаций.	28		10		18	
Тема 2. Понятие кластеров и их особенности в сфере торговых услуг. Государственное антимонопольное регулирование и защита конкуренции.	29		11		18	
Тема 3. Нормативно-правовое обеспечение процессов интеграции на потребительском рынке. Особенности функционирования национального рынка в республике.	29		11		18	
Тема 4. Экономические и организационные особенности современных интеграционных процессов на потребительском рынке и генезис создания конгломератов в сфере торговых услуг.	28		10		18	
Тема 5. Перспективы развития объединений торговых организаций и возможные изменения их конфигурации.	30		12		18	
<b>Итого</b>	<b>144</b>		<b>54</b>		<b>90</b>	

### 5. Методические рекомендации для проведения практических занятий

Методические рекомендации для проведения практических занятий содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины.

Целью практических занятий является углубление теоретических знаний и навыков методик изучения деятельности торговых объединений, а также их государственное и нормативное регулирование.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенту необходимо изучить



теоретические вопросы лекций и нормативно-правовые документы по предложенным темам, ознакомиться с основной и дополнительной литературой по тематике лекции и практического занятия.

На практических занятиях проводится опрос как теоретического материала так и рассмотрение практических заданий в виде задач и ситуаций по темам лекционных занятий.

Проводится активное участие студентов в обсуждении вопросов практических занятий и поиске правильного решения задач и ситуаций максимально приближенных к современным реалиям.

#### **Темы практических занятий**

№	Название темы	Количество часов
1	Понятие и сущность интеграционных процессов на потребительском рынке. Экономические характеристики деятельности объединений торговых организаций.	10
2	Понятие кластеров и их особенности в сфере торговых услуг. Государственное антимонопольное регулирование и защита конкуренции.	11
3	Нормативно-правовое обеспечение процессов интеграции на потребительском рынке. Особенности функционирования национального рынка в республике.	11
4	Экономические и организационные особенности современных интеграционных процессов на потребительском рынке и генезис создания конгломератов в сфере торговых услуг.	10
5	Перспективы развития объединений торговых организаций и возможные изменения их конфигурации.	12
	<b>ИТОГО</b>	<b>54</b>

#### **6. Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа по дисциплине «Потенциал объединения торговых организаций» для студентов включает:

- осмысление теоретических основ прослушанного лекционного материала;
- изучение отдельных тем или вопросов, которые предусмотрены для самостоятельной работы;
- подготовку конспектов по отдельным темам или вопросам, которые предусмотрены для самостоятельной работы;
- подготовку к практическим занятиям;
- решение и письменное оформление индивидуальных заданий;
- подготовку к выступлению с докладом;
- систематизацию изученного материала перед тестированием и модульным контролем.

#### **7. Индивидуальные задания**

Индивидуальные задания по дисциплине «Потенциал объединения торговых организаций» заключаются в решении ситуативных и практических заданий по содержательному модулю 1:

1. Понятие экономического потенциала предприятия.
2. Ресурсный и результативный подходы к определению экономического потенциала предприятия.



3. Классификация компонентов экономического потенциала.
4. Показатели оценки производственного потенциала.
5. Особенности экономического потенциала.
6. Значение экономического потенциала в повышении эффективности хозяйственной деятельности предприятия.
7. Роль анализа в управлении экономическим потенциалом.
8. Показатели оценки интеллектуального потенциала.
9. Анализ материальных ресурсов
10. Анализ основных фондов
11. Анализ нематериальных активов.
12. Анализ оборотных активов
13. Методика комплексной оценки эффективности деятельности предприятия.
14. Понятие и анализ научно-технического потенциала предприятия
15. Резервы роста производственного потенциала
16. Анализ организационно-управленческого потенциала
17. Понятие рыночного потенциала и его составляющие.
18. Показатели оценки рыночного потенциала
19. Анализ спроса на продукцию.
20. Анализ рыночной конъюнктуры.
21. Анализ показателей качества и конкурентоспособности продукции.
22. Анализ качества договорной работы.
23. Портфельный анализ в оценке рыночного потенциала.
24. Содержание маркетингового анализа
25. Методы прогнозирования объема продаж и производства продукции
26. Особенности инновационного анализа,
27. Оценка инвестиционного потенциала.
28. Анализ технико-экономического развития.
29. Факторы совершенствования экономического потенциала
30. Анализ технико-организационного уровня производства
31. Анализ имущественного состояния предприятия
32. Анализ объем продаж и производства продукции.
33. Перспективный анализ продаж.
34. Анализ безубыточности продаж продукции.
35. Понятие и расчет запаса финансовой прочности.
36. Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия.
37. Анализ финансовой устойчивости.
38. Анализ эффективности деятельности предприятия.
39. Анализ инвестиционной привлекательности предприятия.
40. Анализ экономической эффективности инвестиционных решений
41. Анализ источников средств организации.
42. Комплексная оценка эффективности использования экономического потенциала.

## **8. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации**

1. Организационно-экономические основы взаимодействия субъектов малого предпринимательства и крупных торговых объединений.
2. Основные принципы государственного регулирования объединений в торговой деятельности.
3. Опыт зарубежных стран в области регулирования объединений в торговой деятельности и контроля за функционированием крупных торговых объединений (конгломератов).
4. Конкуренция на рынке товаров и услуг. Запрет на недобросовестную конкуренцию.
5. Основные нормативно-правовые акты, регулирующие торговую деятельность в

республике.

6. Формы интеграции в торговли и их общая характеристика.
7. Особенности вертикальной и горизонтальной интеграции на потребительском рынке товаров и услуг.
8. Основные направления антимонопольного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов в области торговли.
9. Функции государства в области регулирования торговой деятельности.
10. Функции органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности.
11. Количественные и качественные характеристики интеграционных процессов на потребительском рынке республики.
12. Интеграционные процессы на потребительском рынке и их влияние на качество торговых услуг.
13. Зарубежный опыт создания объединений торговых организаций (компаний, фирм).
14. Теория кластеров и её особенности в различных регионах и областях деятельности
15. Порядок государственного регулирования размещения нестандартных торговых объектов
16. Формирование кластеров в торговле и других отраслях сферы услуг.
17. Роль и значение кластеров как основы образования конгломератов на потребительском рынке.
18. Городские агломерации как основа развития интеграционных процессов на потребительском рынке
19. Характеристика крупнейших городских агломераций республики.
20. Основные форматы торговых предприятий и их взаимосвязь с процессами интеграции на потребительском рынке.
21. Характеристика организационно-правовых форм объединений в торговле.
22. Участие исполнительных органов различного уровня в формировании государственной политики в области торговой деятельности
23. Крупнейшие розничные торговые сети республики и их общая характеристика.
24. Общая схема функционирования объединений торговых организаций (розничной торговой сети).
25. Базовые условия рыночного механизма хозяйствования и их основная характеристика.
26. Системные изменения на потребительском рынке в 1990-х годах и их влияние на процесс формирования современных объединений в торговле.
27. Формирование крупных объединений на потребительском рынке и основные этапы их развития.
28. Социально-экономическое значение деятельности крупных и крупнейших торговых сетей.
29. Участие объединений организаций торговли в реализации задач социальной политики.
30. Основные элементы анализа деятельности торговых объединений на потребительском рынке.
31. Основные направления изменений в интеграционной политике в сфере торговли и услуг.
32. Факторы, определяющие возможные изменения в конфигурации собственников торговых объединений.
33. Законодательные основы защиты прав потребителей в республике.
34. Причины возможных изменений в конфигурации собственников в отдельных секторах потребительского рынка.

35. Экономическое стимулирование развития социально ориентированной торговой деятельности.

36. Цели, принципы и меры государственной политики в области развития малого предпринимательства.

37. Государственная поддержка субъектов малого предпринимательства в сфере торговли и услуг.

38. Методы государственного регулирования торговой деятельности.

## **9. Образец тестового задания для модульного контроля**

**1. Государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством:**

- а) антимонопольного регулирования в этой области;
- б) регламентации вида торговой деятельности;
- в) установления требований к её организации и правилам осуществления вида деятельности;
- г) государственного контроля (надзора) и муниципального контроля в этой области;
- д) установления условий договоров купли-продажи товаров.

**2. К прямым методам государственного регулирования рынка относятся:**

- а) регулирование внешнеэкономической деятельности через тарифы и пошлины;
- б) бюджетное финансирование;
- в) субсидии и субвенции;
- г) государственные закупки;
- д) налоговое регулирование.

**3. Положение хозяйствующих субъектов нельзя признать доминирующим, если его доля на национальном рынке определённого товара, не имеющего заменителей:**

- а) не превышает 25%;
- б) не превышает 35%;
- в) не превышает 50%;
- г) не превышает 100%.

**4. Взаимодействие между крупными хозяйствующими субъектами в торговле и поставщиками товаров основаны на:**

- а) партнёрских отношениях, в основе которых лежит договор поставки;
- б) на дружественных отношениях;
- в) на вертикально интегрированных связях;
- г) на горизонтально интегрированных связях;
- д) на указаниях исполнительных органов регионального и муниципального уровней.

**5. Розничные торговые сети классифицируются на:**

- а) федеральные, межрегиональные и региональные;
- б) городские и районные;
- в) на доминирующие и не доминирующие в регионе;
- г) на зависимые и независимые от органов, участвующих в регулировании торговой деятельности.

## **10. Критерии оценивания (разрабатываются и утверждаются кафедрой)**

Согласно модульному принципу организации учебного процесса содержание курса «Потенциал объединения торговых организаций» состоит из одного зачетного модуля. Распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Посещаемость практических занятий	10
Текущий контроль	45
Творческий рейтинг	20
Модульная контрольная работа	25
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

В соответствии с утвержденным планом учебного процесса по дисциплине «Потенциал объединения торговых организаций» предусмотрено 18 практических занятий. За посещение 1 практического занятия студент набирает 0,55 балла. Творческий рейтинг оценивается за разработку письменного реферата по темам с презентацией максимально 20 баллов, без презентации – 10 баллов

Модульная контрольная работа проводится в письменной форме. Задание в работе состоит из 15 тестов, 1-о теоретического вопроса и 1-й задачи. Общее количество баллов по результатам работы выставляется исходя из следующих критериев: каждый тест оценивается по одному баллу (итого 15 баллов), ответ на вопрос оценивается в пять баллов и решение 1-й задачи оценивается в пять баллов (итого 10 баллов).

В случае частично правильного ответа в модульной работе, студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием полученных студентом в процессе изучения дисциплины баллов по нижеприведенной шкале оценивания:

#### **Порядок оценивания учебных достижений обучающихся**

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

### **11. Материально-техническое обеспечение учебного процесса**

Лекционные и практические занятия по дисциплине «Управление конкурентоспособностью» проводятся в предметном кабинете кафедры коммерции и таможенного дела для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 304, 310 г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а), оснащенной комплектом учебной мебели на 30 посадочных мест каждая, комплектом рабочего места преподавателя, магнитной доской, 1 мультимедийным комплектом (проектор + ноутбук.) с выходом в интернет.

Самостоятельная работа студента проходит в библиотеке университета, библиотека укомплектована учебной мебелью на 401 посадочное место, (3 035,5 м.кв),. расположена по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6, в читальном зале № 4 периодической литературы ауд. 19, читальный зал укомплектован учебной мебелью на 31 посадочное место (189,5 кв. м), расположен по адресу г. Донецк, ул. Университетская,24), в зале электронной информации

ауд. 104а (122,9 кв.м.), зал укомплектован учебной мебелью на 40 посадочных мест, расположен по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6), абонементы научной и учебной литературы (176,5 кв. м. и 543,7 кв.м. соответственно на 4 и 6 посадочных места расположенных по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6, ауд.104, ауд. 107), в методическом кабинете учетно-финансового факультета (ауд. 105 укомплектованного учебной мебелью на 35 посадочных мест, оснащенного 4 компьютерами).

В кабинетах кафедры коммерции и таможенного дела (№№508,511,535 по адресу г. Донецк, ул. Челюскинцев 198а) предоставляются индивидуальные и групповые консультации студентам для проведения самостоятельной работы. Кабинет кафедры № 508 укомплектован учебной мебелью на 5 посадочных мест, оснащен компьютером, принтером. Кабинет кафедры № 511 укомплектован учебной мебелью на 5 посадочных мест, оснащен компьютером. Кабинет кафедры № 535 укомплектован учебной мебелью на 4 посадочных места, оснащен 1 компьютером, принтером. Кабинеты кафедры расположены по адресу г. Донецк, ул. Челюскинцев 198а.

## 12. Рекомендованная литература

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Панжар М.И. Потенциал объединения торговых организаций [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов направления подготовки 38.04.06 Торговое дело – Донецк: ДонНУ, 2019. – Электронные данные (1 файл).	-	+
<i>Дополнительная литература</i>			
2.	Чеглов В.П. Экономика организации (предприятия). Экономика и организация управления розничными торговыми сетями. Методические материалы по написанию экономических эссе. Учебное пособие, М., изд-во РГТЭУ, 2012.	2	-
3.	Берг, Т. И. Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика: монография / Т. И. Берг, И. А. Кулинич. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012.	1	-
4.	Брагин Л. А. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014	3	

## 13. Информационные ресурсы

1. <http://www.delinform.ru> – официальный сайт Интернет-журнала деловой информации «Практика торговли» для ритейлеров, рестораторов и отельеров
2. [www.nta-rus.com](http://www.nta-rus.com) - официальный сайт Торговой ассоциации NTA
3. [www.creativeconomy.ru](http://www.creativeconomy.ru) - официальный сайт издательства «Креативная экономика»
4. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

#### **14. Программное обеспечение**

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела с изменениями (без изменений) на 201\_\_ год.

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.20\_\_ г.

Зав. кафедрой

О. Н. Головинов