

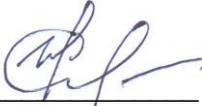


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

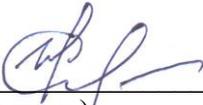
---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП

  
И.М. Романова  
(подпись)  
«6» сентября 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
маркетинга, коммерции и логистики

  
И.М. Романова  
(подпись)  
«6» сентября 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Культура торгового обслуживания

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело**

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3  
лекции 36 час.  
практические занятия 36 час.  
лабораторные работы - час.  
в том числе с использованием МАО лек. \_\_\_\_\_ /пр. 18 /лаб. \_\_\_\_\_ час.  
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.  
в том числе с использованием МАО 18 час.  
самостоятельная работа 72 час.  
в том числе на подготовку к экзамену - час.  
контрольные работы (количество)  
курсовая работа / курсовой проект - семестр  
зачет 3 семестр  
экзамен - семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 г. № 12-13-592.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол № 12/4 от «6» сентября 2016 г.

Заведующий кафедрой маркетинга, коммерции и логистики Романова И.М.  
Составитель: доцент Куприянова Л.К.

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «14» сентября 2017 г. № 9/1

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.М. Романова  
(подпись)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «6» июня 2018 г. № 9

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.М. Романова  
(подпись)

## ABSTRACT

**Bachelor's in** 38.03.06 Trading Business

**Course title:** Culture services trade

**Basic part of Block 1,** 4 credits

**Instructor:** Kupriyanova L.K., Associate Professor

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- the ability to use the basics of economic knowledge in assessing the effectiveness of the results of activities in various fields;
- ability to work in a team, tolerantly perceiving social, ethnic, confessional and cultural differences;
- ability to self-organization and self-education;
- knowledge of the culture of thinking, the ability to generalize, analyze, perception of information, setting goals and choosing ways to achieve it.

**Learning outcomes:**

- ability to control product range and quality of goods and services, to assess their quality, diagnose defects, ensure the necessary level of quality of the goods and their preservation, to effectively monitor the quality of goods and services, receiving and accounting of goods in quantity and quality (PC-1);
- readily provide the necessary level of quality commercial services (PC-8).

**Course description:** concept, functions, the role of trade, the need to perform technological operations at retail outlets of all forms of ownership; the concept of "enterprise (commercial)", its functions, tasks; technology, technological process; stages of technological processes in the store.

**Main course literature:**

1. Aleksina S.B., Ivanov G.G. Merchandising: Study Guide [Merchandayzing]. - M .: ID FORUM: SIC INFRA-M, 2014. - 152 p . - Access mode: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=364993>

2. Basharimova S.I., Gritskova Ya.V., Dasko M.V. Organization of trade. Workshop [Organizatsiya trgovli. Praktikum]. - Minsk: RIPO, 2014. - 295 p. - Access mode: <http://znanium.com/catalog/product/947740>

3. Zhulidov S.I. Organization of trade: Textbook [Organizatsiya trgovli: Uchebnik]. - M.: ID FORUM: SIC INFRA-M, 2013. - 352 p. <http://znanium.com/bookread.php?book=417625>

4. Konovalova, O.V. Merchandising: a tutorial [Merchandayzing]. - Kemerovo: KemSU, 2013. - 96 p. - Access mode: <https://e.lanbook.com/book/45626>

5. Chkalov O.V. Trading. Organization, technology and design of trade enterprises: Textbook [Torgovoye delo. Organizatsiya, tekhnologiya i proyektirovaniye torgovykh predpriyatiy]. - M.: Forum: SIC INFRA-M, 2013. - 384 p. Access mode: <http://znanium.com/bookread.php?book=424923>

**Form of final control:** pass-fail exam.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культура торгового обслуживания»**

Учебный курс «Культура торгового обслуживания» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Культура торгового образования» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Культура торгового обслуживания» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Современные информационные технологии» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы коммерческой деятельности», «Конкурентоспособность товаров и организаций».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: понятие, функции, роль торговли, необходимость выполнения технологических операций на предприятиях розничной торговли всех форм собственности; понятие «предприятие (коммерческое)», его функции, задачи; технология, технологический процесс; этапы технологических процессов в магазине.

**Цель** изучения дисциплины является - научить студентов формировать современные технологические процессы в торговых предприятиях; привить студентам знания и навыки работы в розничном торговом предприятии в качестве работников торгового зала и продавцов, дать теоретические основы и практические навыки выбора, оценки, эффективности различных методов продажи.

### **Задачи:**

– сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для обеспечения высокого уровня

культуры торговли;

- изучить вопросы, связанные с розничной торговлей, ее организацией, структурой, формами продажи и т.д.;

- научить делать выбор рационального типа предприятия для эффективной организации процесса продажи товаров;

- уметь давать оценку и делать выбор различных методов продажи и обслуживания покупателей;

- применять знания Закона «О защите прав потребителей», Правил продажи различных групп товаров.

Для успешного изучения дисциплины «Культура торгового обслуживания» у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК–1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	Методы управления ассортиментом, качеством товаров и услуг, методы оценки качества товаров, способы диагностирования дефектов, правила приемки товаров по количеству и качеству, правила хранения товаров для обеспечения уровня качества товаров
	Умеет	Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать качество товаров, диагностировать дефекты, контролировать качество товаров и услуг, вести приемку

		товаров по количеству и качеству
	Владеет	Методами управления ассортиментом товаров и услуг, методами оценки качества товаров, способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемами диагностирования дефектов, методами учета и приемки товаров по количеству и качеству
ПК-8 - готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	требования потребителей к качеству торгового обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина
	Умеет	разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом зале, применять Закон о защите прав потребителей
	Владеет	методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Культура торгового обслуживания» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, разноуровневые задачи и задания.

## **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Тема 1 Понятие, функции, роль, задачи торговли (4 час.)**

Понятие, функции, роль торговли. Необходимость выполнения технологических операций на предприятиях розничной торговли всех форм собственности. Понятие «предприятие (коммерческое)», его функции, задачи.

Технология, технологический процесс. Зависимость от увеличения объёмов товаров, поступающих в каналы обращения и требующих их соответствующей обработки.

Этапы технологических процессов в магазине. Необходимость строго соблюдать их последовательность.

### **Тема 2 Понятие культуры торгового обслуживания (4 час.)**

Культура торговли, культура продажи, культура обслуживания: понятия и их составляющие. Элементы обслуживания и их характеристики. Методика определения уровня культуры обслуживания.

### **Тема 3 Розничная торговая сеть. Концепция типов предприятий розничной торговли (8 час.)**

Понятие розничной торговой сети, ее функции и роль в обслуживании покупателей. Виды розничной торговой сети. Принципы и подходы к размещению розничной сети. Концепция типов предприятий розничной торговой сети. Характеристика основных типов магазинов. Форматы магазинов.

### **Тема 4. Спрос, его задачи и особенности изучения в розничной торговле. Формирование товарного ассортимента (4 час.)**

Система изучения спроса в розничной торговле, роль продавцов и работников торгового зала в изучении и оценке запросов потребителей. Виды спроса, методы изучения. Задачи прогнозирования спроса для розничного торговца. Понятие товарного ассортимента. Широта и глубина ассортимента. Порядок формирования товарного ассортимента магазина, его расширение и упорядочение. Контроль за ассортиментом.

### **Тема 5. Организация розничной продажи и обслуживания покупателей (8 час.)**

Процесс розничной продажи товаров, его основные элементы. Договор розничной купли-продажи, его основные формы (договор купли-продажи, публичные договоры). Виды договоров розничной купли-продажи. Реклама реализуемых товаров, его основные элементы. Требования к сертификации товаров и услуг (формы сертификации, документы по сертификации). Информация о товаре, консультирование и продажа. Оформление кассовых операций. Психологические критерии продажи. Организация торгового обслуживания (понятие качества обслуживания и культуры торговли). Формы (методы) розничной продажи, их характеристика (самообслуживание, по

заказам, по образцам; через автоматы, обслуживание с продавцом, с индивидуальным обслуживанием, по образцам). Правила продажи товаров

### **Тема 6. Услуги торговли (4 час)**

Классификация услуг, оказываемых розничными торговыми предприятиями. Как нужно сегодня работать с потребителем. Методы изучения и оценки запросов потребителей. Методы прогнозирования запросов и предпочтений потребителей. Как эффективно организовать обратную связь с потребителем. Основные показатели эффективности различных форм розничной продажи. Роль рекламы в розничном предприятии, ее задачи и особенности.

Организация внутреннего пространства торговых помещений.

Элементы процесса продажи основных групп продовольственных и непродовольственных товаров и технология их продажи. Правила размещения товаров в торговом зале и выкладки на оборудовании.

### **Тема 7 Правила торговли и правила продажи товаров. Защита прав потребителей (4 час.)**

Правила работы предприятий розничной торговли и мелкорозничной сети.

Особенности продажи отдельных видов товаров (продажа продовольственных товаров: хлеба и хлебобулочных изделий; молока и молочных продуктов; мяса и мясопродуктов; плодоовощных товаров; кондитерских изделий. Особенности торговли акцизными товарами). Продажа непродовольственных товаров: тканей, одежды и обуви, радиотоваров. Комиссионная торговля. Правила комиссионной торговли.

Законодательство о защите права потребителей. Право потребителей на безопасность товаров (услуг). Право потребителей на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (услуг). Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества.

Государственная и общественная защита прав потребителей. Судебная

защита прав потребителей.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**Практические занятия (36 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения)**

### **Занятие 1 Понятие, функции, роль, задачи торговли (4 час.)**

- 1 Понятие торговли. Функции и задачи торговли
- 2 Понятие розничной торговли.
- 3 Процессы, протекающие в основном звене розничной торговли.

### **Занятие 2. Понятие культуры торгового обслуживания (6 час.)**

1. Понятия: культура торговли, культура обслуживания, культура продавца.
2. Элементы культуры торгового обслуживания.
3. Определение уровня культуры обслуживания (решение задачи).

### **Занятие 3. Розничная торговая сеть. Концепция типов предприятий розничной торговли (6 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – дискуссия, разноуровневые задачи и задания, реферат (6 час.)*

- 1 Понятие типа магазина и взаимосвязь с уровнем обслуживания.
- 2 Современные направления в развитии форматов магазинов.
- 3 Подходы к размещению магазинов на территории города.
- 4 Перспективы развития розничной торговой сети.

### **Занятие 4. Организация торгового обслуживания в магазине (4 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – дискуссия, разноуровневые задачи и задания (4 час.)*

- 1 Изучение спроса покупателей.
- 2 Методы продажи товаров, их преимущества и недостатки.
- 3 Эффективность методов продажи. Решение задачи.

### **Занятие 5. Внутренняя планировка магазина (4 час)**

*Метод активного / интерактивного обучения – дискуссия, разноуровневые задачи и задания (4 час.)*

- 1 Требования к зонированию торгового зала.
- 2 Размещение товаров в торговом зале и выкладка на оборудовании.
- 3 Концепция мерчандайзинга.
- 4 Анализ разработанных схем торгово-технологического процесса магазина.

### **Занятие 6. Правила продажи отдельных групп товаров. Правила работы предприятий розничной торговли (6 час.)**

*Метод активного / интерактивного обучения – дискуссия, разноуровневые задачи и задания (4 час.)*

- 1 Решение ситуаций по правилам торговли и продажи различных групп товаров.
- 2 Информация о товарах пищевых и непродовольственных.

### **Занятие 7. Защита прав потребителей (6 час.)**

- 1 Правовая защита прав потребителей.
- 2 Содержание Закона «О защите прав потребителей».
- 3 Применение Закона в различных ситуациях.

## **I. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Культура торгового обслуживания» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	<p><b>Тема 1.</b> Понятие культуры торгового обслуживания</p> <p><b>Тема 2</b> Розничная торговая сеть. Концепция типов предприятий розничной торговли</p> <p><b>Тема 3.</b> Организация торгового обслуживания в магазине (</p>	ПК-1	<p><b>знает:</b> Методы управления ассортиментом, качеством товаров и услуг, методы оценки качества товаров, способы диагностирования дефектов, правила приемки товаров по количеству и качеству, правила хранения товаров для обеспечения уровня качества товаров</p> <p><b>умеет:</b> Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать качество товаров, диагностировать дефекты, контролировать качество товаров и услуг, вести приемку товаров по количеству и качеству</p> <p><b>владеет:</b> Методами управления ассортиментом товаров и услуг, методами оценки качества товаров, способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг,</p>	<p>Дискуссия (УО-4) Разноуровневые задачи и задания (ПР-11) Реферат (ПР-4)</p>	<p>Вопросы к зачету 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15,</p>

			приемами диагностирования дефектов, методами учета и приемки товаров по количеству и качеству		
2	<p><b>Тема 4</b> Внутренняя планировка магазина</p> <p><b>Тема 5.</b> Правила продажи отдельных групп товаров. Правила работы предприятий розничной торговли</p> <p><b>Тема 6.</b> Защита прав потребителей</p>	ПК–8	<p><b>знает:</b> требования потребителей к качеству обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина</p> <p><b>умеет:</b> разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом зале, применять Закон о защите прав потребителей</p> <p><b>владеет:</b> методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей</p>	<p>Дискуссия (УО-4)</p> <p>Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)</p>	<p>Вопросы к зачету 12, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22</p>

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Алексина С. Б. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 152 с.- [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=364993>
2. Организация торговли. Практикум / Башаримова С.И., Грицкова Я.В., Дасько М.В. - Мн.:РИПО, 2014. - 295 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/947740>
3. Организация торговли: Учебник / С.И. Жулидов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=417625>
4. Коновалова, О.В. Мерчандайзинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Коновалова. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГУ, 2013. — 96 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/45626>
5. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=424923>

## Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

- 1 Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с.: ил.; - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/254003>
- 2 Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 500 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=317391>
- 3 Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398696>

4 Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь/Никишкин В. В., Твердохлебова М.Д. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/475369>

5 Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 159 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/369011>

#### **Нормативно-правовые документы:**

1. ГОСТ 51303–99. Торговля. Термины и определения. – Введ. 1999–08–11. – М. : Госстандарт России, 1999. – 12 с. (<http://base.garant.ru/182045> )

2. ГОСТ Р 51773 – 01. Розничная торговля. Классификация предприятий. – Введ. 2001–07–05. – М. : Госстандарт России, 2001. – 14с. (<http://www.gostbaza.ru/?gost=6841>)

3. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» ([http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_112881/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/)) ;

4. Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» ([https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/))

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Библиотека маркетолога. – Режим доступа: [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
2. Информационный портал межрегионального делового сотрудничества. – Режим доступа: [www.marketcenter.ru](http://www.marketcenter.ru)
3. Маркетинг журнал. – Режим доступа: <http://4p.ru>
4. Маркетинг в России и за рубежом. Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/news>
5. Официальный сайт ритейлеров России. – Режим доступа: [www.retail.ru](http://www.retail.ru)

6. Сайт Федеральной службы государственной статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

### **Перечень информационных технологий**

#### **и программного обеспечения**

1 Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2 Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация дисциплины «Культура торгового обслуживания» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Культура торгового обслуживания» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех работ с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Культура торгового обслуживания» является зачет, который проводится в виде собеседования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Культура торгового

обслуживания» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Культура торгового обслуживания» для аттестации на зачете следующие: 61-100 баллов – «зачтено», 60 и менее баллов – «не зачтено».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[ \frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где:  $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$  для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$  для итогового рейтинга;

$P(n)$  – рейтинг студента;

$m$  – общее количество контрольных мероприятий;

$n$  – количество проведенных контрольных мероприятий;

$O_i$  – балл, полученный студентом на  $i$ -ом контрольном мероприятии;

$O_i^{max}$  – максимально возможный балл студента по  $i$ -му контрольному мероприятию;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия;

$k_i^n$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

Залогом успешного овладения указанными компетенциями является посещение лекционных и практических занятий, выполнение самостоятельной работы, внимательное изучение основной и дополнительной литературы, чтение специализированной литературы, используя достоверные источники информации, а также самообразование с использованием массовых открытых онлайн курсов.

Базовой структурной единицей изучения дисциплины является тема, основное содержание и ключевые понятия которой раскрываются преподавателем в процессе лекционного изложения соответствующего

материала. Если у студента в процессе изучения темы возникают вопросы, ему рекомендуется посетить консультацию преподавателя (график консультаций расположен на информационном стенде кафедры маркетинга, коммерции и логистики).

По каждой теме представлен перечень подлежащих освоению элементов содержательного или методического характера. Кроме того, каждая структурная единица (тема) содержит описание основных форм обучения, конкретные методические рекомендации по ключевым проблемам в рамках данной темы, список основной и дополнительной литературы, задания для самостоятельной работы, а также контрольные задания по разделам курса.

*Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины.* Дисциплина «Культура торгового обслуживания» изучается студентами очной формы обучения в течение 3 семестра. На протяжении семестра студенты осваивают лекционный материал и темы, предназначенные для самостоятельного изучения, выполняют практические задания, проводится текущий контроль в виде презентаций по итогам выполнения заданий, решения задач и кейсов и промежуточная аттестация в виде экзамена

Для организации работы по освоению дисциплины бакалаврам необходимо выполнить следующие виды деятельности:

- изучить материал по заданной тематике и его критически осмыслить;
- осуществить поиск и сбор информации из различных источников по заявленной проблеме и подготовить отчет по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора, исследования);
- представить презентацию результатов своего исследования на практическом занятии с ответами на вопросы, участием в дискуссии, рецензированием работ друг друга.

*Рекомендации по использованию материалов учебно-методического комплекса.* Исследовательский проект по дисциплине должен оформляться в

соответствии со стандартными требованиями вуза в отношении оформления этого вида работ. В его структуре должны быть представлены: аннотация, введение, содержательная часть, заключение и список использованной литературы, на которые в обязательном порядке должны быть приведены ссылки в тексте проекта. При оценке проекта учитывается степень самостоятельности студента в его подготовке, индивидуальное творчество и оригинальность при разработке избранной темы, уровень защиты выполненного исследования, а также рецензии других студентов на выполненный исследовательский проект.

*Рекомендации по работе с литературой.* Литературные источники, а также законодательные акты в рамках данной дисциплины являются дополнительным способом получения знаний. Главным их назначением является расширение информационного поля, по сравнению с тем объемом знаний, который включен в лекционный курс и раздаточные материалы, подготовленные преподавателем. Кроме того, обращение к литературным источникам позволяет получить представление об альтернативных взглядах на коммерческие процессы и явления.

В процессе подготовки к выполнению самостоятельной работы, а также к промежуточной аттестации при работе с литературой необходимо пользоваться следующими правилами. Обращаться, прежде всего, к тем источникам информации, которые вынесены в основной список литературы. Все они написаны в соответствие с требованиями подготовки специалистов и соответствуют по уровню информации хорошему профессиональному знанию предмета дисциплины.

В список дополнительной литературы включены источники, тематика которых не полностью соответствует программе дисциплины, а также те книги и статьи, которые содержат подробную информацию по отдельным направлениям знаний данного курса. Обращаться к этим источникам следует в том случае, если материалы лекций и основной литературы являются недостаточными для полного раскрытия темы, либо в том случае, если студенту

необходимо рассмотреть отдельные темы курса более фундаментально. Такая необходимость может возникнуть в связи с выполнением самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям или другими учебными целями.

*Рекомендации по подготовке к зачету.* По дисциплине «Культура торгового обслуживания» предусмотрена рейтинговая оценка знаний студентов согласно Положению о рейтинговой системе оценки освоения дисциплин студентами ДВФУ, утвержденному приказом ректора от 28.10.2014 №12-13-1718. Если студент по итогам текущего контроля в 3 семестре набирает 61 балл, то зачет проставляется автоматически. Если набранные баллы не превышают 61, то в этом случае студенту необходимо сдать зачет в форме устного собеседования. Перечень вопросов к зачету приводится в Приложении 2 данной РПУД.

Для подготовки к зачету студенту необходимо внимательно ознакомиться с лекционными материалами, повторить все решенные кейсы и задачи. При подготовке к зачету необходимо в первую очередь выбирать литературные источники из предложенного списка. Кроме рекомендуемой литературы необходимо самостоятельно подобрать дополнительные литературные источники (статьи, монографии и т.д.), раскрывающие вопросы.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Культура торгового обслуживания» необходима учебная аудитория с оборудованием: (мультимедийный проектор, экран, телевизор, документ-камера, акустическая система).

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами,

видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус G, каб. G614, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий); учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	50 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, Wi-Fi Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине**

**«Культура торгового обслуживания»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело**

**Форма подготовки: очная**

**Владивосток  
2016**

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение (час.)	Форма контроля
1	В течение семестра	Подготовка к практическим занятиям	20	Подготовка задач с планом мероприятий Собеседование
2	В течение семестра	Подготовка к тестированию по темам курса	10	Тестирование
3	10 неделя	Подготовка творческого индивидуального проекта (майнд-карты) по теме проектной работы	25	Подготовка проекта (майнд-карты) в форме презентации для защиты на практическом занятии Собеседование
4	16 неделя	Написание реферата	17	Собеседование Решение ситуаций Контрольный тест
	Всего		72	

### Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Задания для самостоятельного выполнения:

1. Выполнение творческих индивидуальных заданий по темам курса.
2. Подготовка к практическим занятиям по темам курса.
3. Подготовка к тестированию по темам курса.
4. Написание реферата.

### Методические рекомендации по выполнению проекта в форме творческих индивидуальных заданий (МАО)

Задание представляет собой проблемную ситуацию, в которой студенту предлагается провести самостоятельные исследования под конкретно поставленную задачу и подготовить презентации по результатам исследования.

Самостоятельная работа предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.

2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.

3. Защита задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения задания учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

#### **Методические рекомендации по содержанию и оформлению письменных работ (докладов, сообщений) студентов.**

Письменная работа выполняется с целью определения:

- умения систематизировать, анализировать нормативно-правовые документы, литературные источники по заданной теме;
- умения излагать концептуальное видение проблемы по заданной тематике.

Этапы выполнения письменной работы

1. Составление плана работы
2. Сбор и обработка необходимых информационных материалов
3. Написание основной части работы
4. Подготовка заключения работы, формирование выводов
5. Подготовка списка используемых источников и оформление реферата
6. Представление работы ведущему преподавателю

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания

выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

**Критерии оценки (письменного/устного доклада):**

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая

темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Выполнение творческого индивидуального проекта (майнд-карты) по теме проектной работы**

Майнд-карта или интеллект-карта (mind map) - это удобная техника для структурирования информации в визуальной форме. Основой для разработки майнд-карты по дисциплине «Культура торгового обслуживания» являются статьи в изданиях, индексируемых базой Scopus.

Требования к майнд-карте. Студенту необходимо изучить аннотации статей, суть которых связана с содержанием дисциплины «Культура торгового обслуживания». На основе контент-анализа не менее 100 аннотаций по заданной теме студент выделяет основные актуальные направления развития маркетинговых коммуникаций, востребованные международным научным и бизнес сообществами за последние 10 лет. Перед выполнением данной работы студенту рекомендуется внимательно изучить рабочую программу учебной дисциплины (РПУД) «Культура торгового обслуживания», что позволит более грамотно подойти к выполнению контент-анализа.

Алгоритм работы с базой данных Scopus следующий:

1. В случае если студент не зарегистрирован на сайте ДВФУ, необходимо пройти данную процедуру

## Как зайти на сайт SCOPUS

- Для того чтобы, зайти на сайт SCOPUS, вам необходимо зарегистрироваться на сайте ДВФУ!

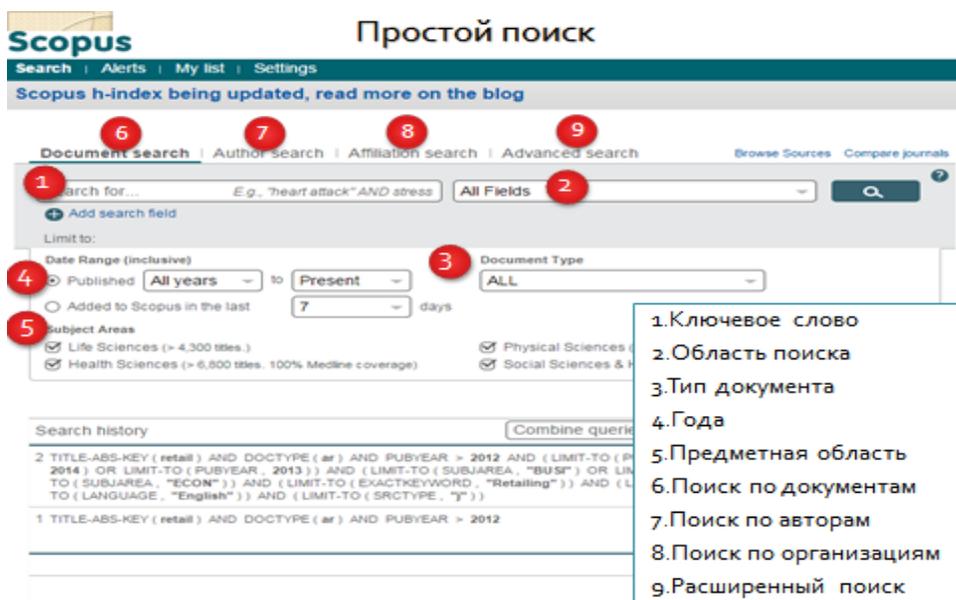


2.  
Путем  
идентификации

на портале ДВФУ (под своим логином и паролем), зайти в базу данных Scopus.



3. Выберите параметры поиска необходимых документов.

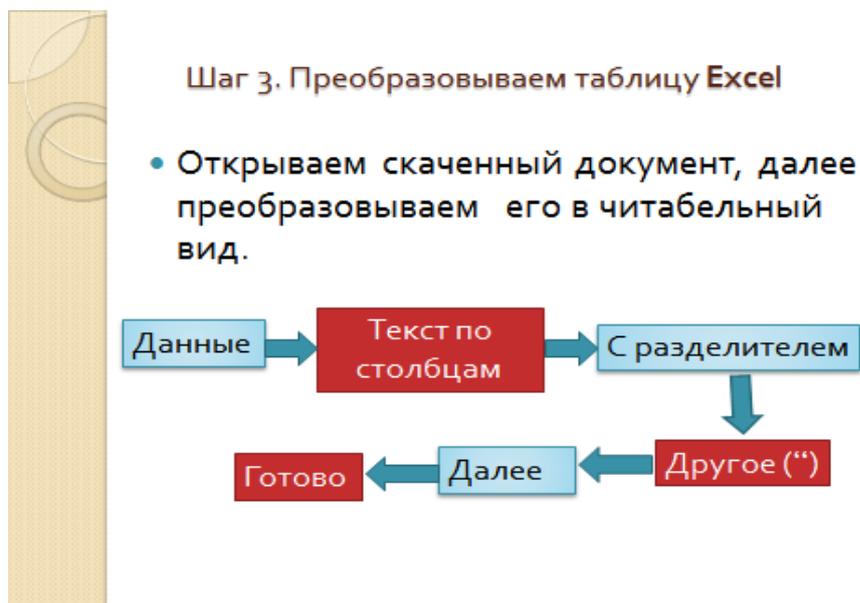


4. Просмотрите результаты поиска, скорее всего, по итогам поиска количество документов составит более 5 тысяч. С целью достижения цели самостоятельной работы – сузьте поиск путем выбора высокорейтинговых журналов с высоким импакт-фактором и /или тех статей, индекс цитирования по которым превышает 10 единиц.

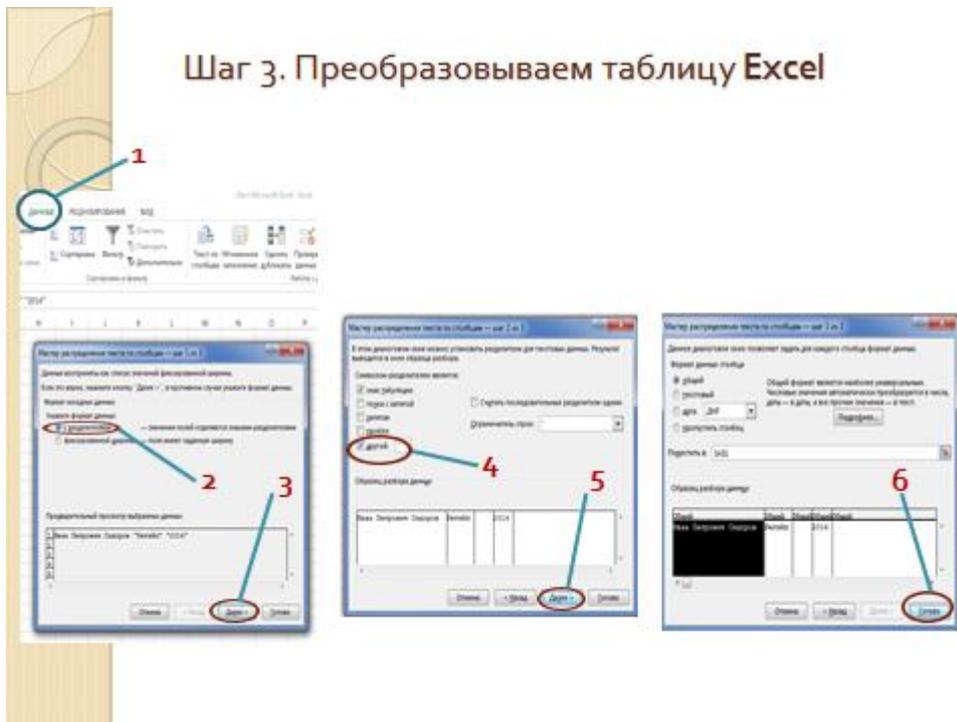
### Просмотр результатов поиска

1. Уточнение результатов поиска
2. Ограничиться /исключить выбранное
3. Выделить все статьи или показанные на странице
4. Отправить на e-mail список статей
5. Кол-во цитирования статей
6. Скачать список выбранных статей в формате Excel

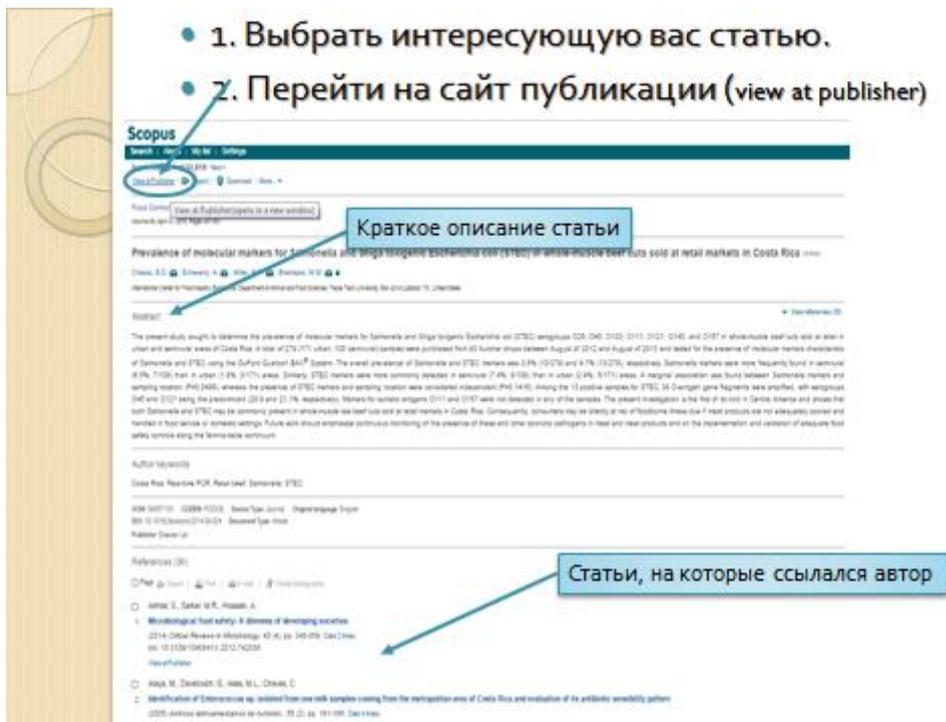
5. По результатам поиска полученную информацию целесообразно перевести в таблицу Excel по следующей схеме.



6. После преобразования у студента готова исходная информация, которую нужно подвергнуть контент-анализу. По результатам контент-анализа студенты получают список статей, аннотации и/или тексты которых следует внимательно прочитать.

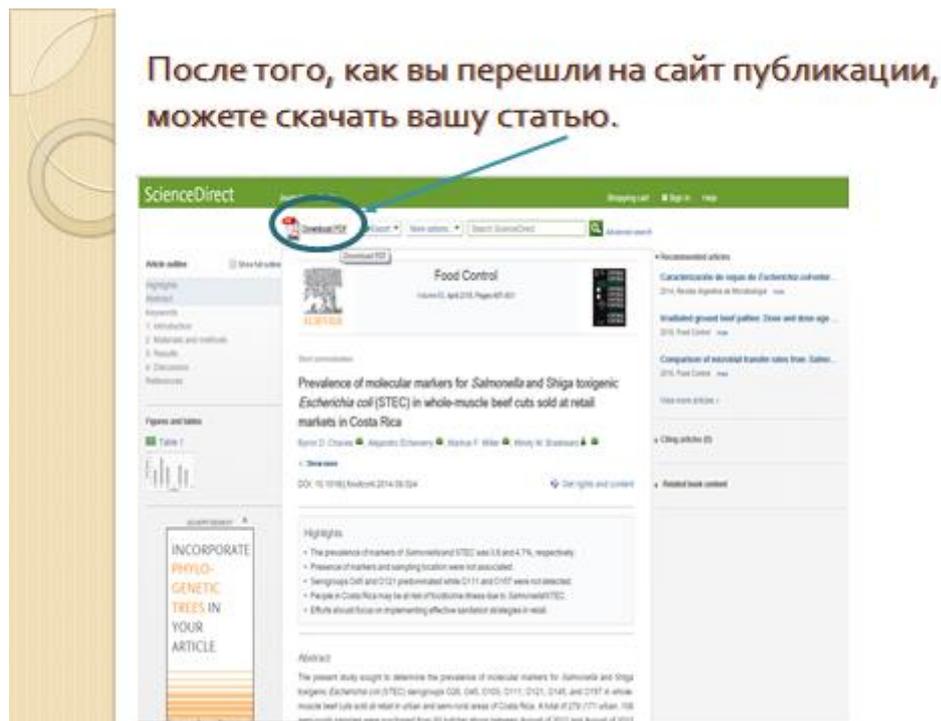


7. Для скачивания понравившейся статьи проделайте следующие действия:

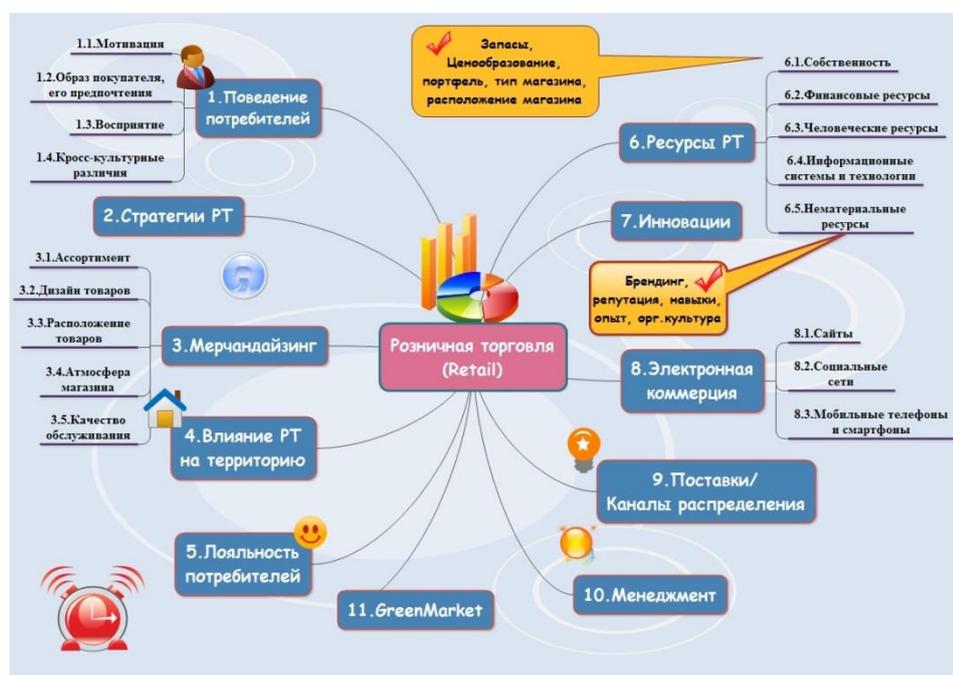


8. После перехода на сайт издательства, можете скачать требуемую статью

(при условии ее свободного доступа)



1. Итогом работы с базой данных Scopus является майнд-карта, которая наглядно позволит увидеть актуальные направления развития маркетинговых коммуникаций. Пример майнд-карты:



**Требования к оформлению результатов работы по составлению**

**майнд-карты:** наличие титульного листа обязательно, далее следует майнд-карта (см. пункт 9), которая позволяет визуализировать выделенные в ходе контент-анализа актуальные направления развития маркетинговых коммуникаций, затем приводится список литературы в разрезе выделенных направлений, оформленный согласно ГОСТа.

1. Cant MC, Hefer Y. (2014). Visual merchandising displays effect - or not - on consumers: The predicament faced by apparel retailers. *Journal of Business and Retail Management Research* 2014; 8(2):95-104. URL: <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84905983565&partnerID=40&md5=7a3153d905220ebc78a09f156bf7c6b0>

2. Brown J. (2013). Dark tourism shops: Selling "dark" and "difficult" products. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* 2013; 7(3):272-80. URL: <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84880766363&partnerID=40&md5=1d44d7a8eb1bbc587a20f7f12d3464b2>

Обратите внимание: наличие активных гиперссылок на оригиналы статей – обязательно.

#### **Критерии оценки майнд-карты:**

– 100-86 баллов выставляется, если студент аргументировал все выделенные направления развития маркетинговых коммуникаций, точно определив содержание и составляющие. Приведены данные зарубежной литературы в количестве от 120 источников. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами контент-анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 - баллов – работа студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся статьи зарубежных авторов в количестве от 80-119 источников. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических

ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

– 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены статьи зарубежных авторов по рассматриваемой теме от 60-79 источников. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60-50 баллов – если работа основана на контент-анализе менее 60 источников. Допущены принципиальные ошибки в выделении направлений развития маркетинговых коммуникаций. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

## **Методические указания к выполнению реферата**

### **Цели и задачи реферата**

Реферат (от лат. *refereo* - докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. В отличие от курсовой работы, представляющей собой комплексное исследование проблемы, реферат направлен на анализ одной или нескольких научных работ.

Целями написания реферата являются:

– развитие у студентов навыков поиска актуальных проблем современного законодательства;

– развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;

– развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании курсовой работы или диплома;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

### **Основные требования к содержанию реферата**

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выводом по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

- 1 Титульного листа;
- 2 Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
- 3 Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;

4 Заключение, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5 Списка использованных источников. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Междустрочный интервал – 1,5 строки, размер шрифта – 14, шрифт – Times New Roman, поля: левое — 3 см, правое — 1 см, верхнее и нижнее - 2 см.. Страницы должны быть пронумерованы. Отступ первой строки равен 1,25 см.

### **Порядок сдачи реферата и его оценка**

Реферат пишется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

### **Тематика рефератов**

1. Привлекательность розничной торговли России для инвестиций
2. Стратегии выхода западных розничных сетей на региональный рынок
3. Значение МТБ торговли для повышения культуры торговли
4. Современные форматы магазинов и их влияние на культуру торговли
5. Современное торговое оборудование
6. Этапы формирования ассортимента товаров в розничном торговом предприятии
7. Упаковка товаров как элемент культуры продажи

8. Развитие дополнительных услуг, оказываемых в розничной сети
9. Роль рекламы в продвижении товара и ее влияние на уровень обслуживания
10. Развитие методов продажи на рынке потребительских товаров
11. Система защиты прав потребителей в России
12. Зарубежная система защиты интересов потребителей

### **Критерии оценки реферата:**

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– 85-76 - баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было

комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине «Культура торгового обслуживания»  
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело  
Форма подготовки: очная

**Владивосток**  
**2016**

**Паспорт  
фонда оценочных средств  
по дисциплине «Культура торгового обслуживания»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	Методы управления ассортиментом, качеством товаров и услуг, методы оценки качества товаров, способы диагностирования дефектов, правила приемки товаров по количеству и качеству, правила хранения товаров для обеспечения уровня качества товаров
	Умеет	Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать качество товаров, диагностировать дефекты, контролировать качество товаров и услуг, вести приемку товаров по количеству и качеству
	Владеет	Методами управления ассортиментом товаров и услуг, методами оценки качества товаров, способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемами диагностирования дефектов, методами учета и приемки товаров по количеству и качеству
ПК-8 - готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	требования потребителей к качеству обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина
	Умеет	разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом зале, применять Закон о защите прав потребителей
	Владеет	методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	<p><b>Тема 1.</b> Понятие культуры торгового обслуживания</p> <p><b>Тема 2</b> Розничная торговая сеть. Концепция типов предприятий</p>	ПК-1	<p><b>знает:</b> Методы управления ассортиментом, качеством товаров и услуг, методы оценки качества товаров, способы диагностирования дефектов, правила приемки товаров по количеству и</p>	<p>Дискуссия (УО-4) Разноуровневые задачи и задания (ПР-11) Реферат (ПР-4)</p>	<p>Вопросы к зачету 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15,</p>

	розничной торговли  <b>Тема 3.</b> Организация торгового обслуживания в магазине (		качеству, правила хранения товаров для обеспечения уровня качества товаров <b>умеет:</b> Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать качество товаров, диагностировать дефекты, контролировать качество товаров и услуг, вести приемку товаров по количеству и качеству <b>владеет:</b> Методами управления ассортиментом товаров и услуг, методами оценки качества товаров, способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемами диагностирования дефектов, методами учета и приемки товаров по количеству и качеству		
2	<b>Тема 4</b> Внутренняя планировка магазина  <b>Тема 5.</b> Правила продажи отдельных групп товаров. Правила работы предприятий розничной торговли  <b>Тема 6.</b> Защита	ПК–8	<b>знает:</b> требования потребителей к качеству обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина  <b>умеет:</b> разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом	Дискуссия (УО-4) Разноуровневые задачи и задания (ПР-11)	Вопросы к зачету 12, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22

	прав потребителей		зале, применять Закон о защите прав потребителей		
			владеет: методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей		

## Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы на зачет

1. Проблемы развития розничной торговли.
2. Понятия «культура торговли», «культура торгового обслуживания».
3. Составляющие культуры торговли.
4. Основные типы магазинов в России и за рубежом.
5. Уровень культуры торгового обслуживания, его определение.
6. Формирование торгового ассортимента. Спрос покупателей
7. Договор розничной купли-продажи, его содержание и особенности.
8. Процесс продажи товаров, основные элементы.
9. Размещение товаров в торговом зале, основные принципы.
10. Выкладка товаров на оборудовании.
11. Планировка торгового зала, понятие «мерчандайзинг».
12. Информация о товаре и требования к ней.
13. Культура продавца. Основные требования к персоналу.
14. Организация торгового обслуживания при различных формах продажи.
15. Дополнительные услуги, их классификация.
16. Реклама в розничной торговле.

17. Технология продажи товаров.
18. Основные термины закона «О защите прав потребителей».
19. Права потребителей при продаже товаров.
20. Сроки и порядок обмена товаров.
21. Порядок расчетов с потребителями при обмене и возврате товаров.
22. Судебная защита прав потребителей

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Культура торгового обслуживания»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«зачтено»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
61-75	«зачтено»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
0-60	«не зачтено»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает

		существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
--	--	---

## **Оценочные средства для текущей аттестации**

### **Контрольная работа 1**

#### **по теме: «Понятие культуры торгового обслуживания»**

1. Дайте понятие розничной торговли, ее функции и задачи.
2. Дайте характеристику процесса продажи.
3. Охарактеризуйте элементы процесса торгового обслуживания.
4. Оценить взаимосвязь всех элементов процесса торгового обслуживания
5. Методика определения уровня обслуживания

### **Контрольная работа 2**

#### **по теме: «Розничная торговая сеть. Концепции типов предприятий розничной торговли»**

1. Дайте понятие розничной торговой сети. Ее функции
2. Понятие типа магазина, его специализация. Перечислите требования к различным типам магазинов
3. Дайте понятие формата магазина

### **Контрольная работа 3**

#### **по теме: «Организация торгового обслуживания в магазине»**

1. Дайте понятие спроса покупателей, его классификация
2. Охарактеризуйте методы продажи и обслуживания покупателей.
3. Перечислите методы определения эффективности различных методов продажи

## **Контрольная работа 4**

### **по теме: «Внутренняя планировка магазина»**

1. Дайте понятие торгово-технологического процесса
2. Определите требования к планировке торгового зала.
3. Перечислите требования к выкладке товаров на оборудовании
4. Разработать схему планировки торгового зала выбранного самостоятельно магазина. Подготовить презентацию.

## **Контрольная работа 5**

### **по теме: «Правила продажи отдельных групп товаров. Правила работы предприятий розничной торговли»**

1. Определите требования покупателей к работе магазинов
2. Определите основные требования к информации о товаре
3. Подготовьте конкретные примеры доведения информации о товаре до потребителя
4. Подготовьте примеры последствий предоставления недостоверной информации о товаре, продавце, изготовителе

## **Контрольная работа 6**

### **по теме: «Защита прав потребителей»**

1. Изучите Закон «О защите прав потребителей»
2. Дайте основные понятия Закона
3. Определите систему защиты интересов покупателей.
4. Составьте конкретные ситуации применения Закона

### **Критерии оценки (письменный ответ)**

100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение

концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

75-61 - балл - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

60-50 баллов - незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

**Перечень дискуссионных тем  
по дисциплине «Культура торгового обслуживания»**

1. Продажа товаров методом самообслуживания.
2. «Торговля» и «спекуляция» - общее и различия.
3. Схема процесса продажи, характеристика этапов продажи.
4. Тип магазина и формат магазина, их различия и сходства.
5. Импульсные покупки и особенности предложения товаров импульсивного спроса.
6. Роль продавца в процессе продажи товаров.

**Критерии оценки (устный ответ)**

100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

75-61 - балл - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить

примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

60-50 баллов - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

### **Разноуровневые задания и задачи по дисциплине «Культура торгового обслуживания»**

**Задача 1** Приобретение навыков определения уровня культуры торгового обслуживания и умения составлять план мероприятий по повышению уровня обслуживания покупателей.

***Содержание задания:***

На основании исходных данных определить уровень культуры торгового обслуживания покупателей в гастрономе по одному из выбранных вариантов.

Условия задачи.

1. В течение квартала работниками аппарата управления торгового аппарата проведены четыре проверки ассортиментного перечня товаров в магазинах (таблицы 1–6).

*Таблица 1*

Количество разновидностей товаров на момент проверок ассортиментного перечня магазина

Проверка	Вариант				
	1	2	3	4	5
Первая	117	197	127	132	105
Вторая	123	195	133	138	111
Третья	115	180	125	130	103
Четвертая	120	159	120	125	108

*Таблица 2*

Количество разновидностей товаров, утвержденное ассортиментным перечнем для магазина

Ассортиментный перечень	Вариант				
	1	2	3	4	5
Всего	149	200	154	170	125

Таблица 3

Количество дополнительных услуг, оказываемых гастрономом, по результатам проверок, ед.

Проверка	Вариант						
	1	2	3	4	5	6	7
Первая	1	2	1	3	2	1	1
Вторая	2	1	4	1	1	3	2
Третья	1	1	1	1	1	1	1

Таблица 4

Затраты времени покупателей на получение товара, с

Номер замера по порядку	Специализация отделов			
	Кондитерский	Молочный	Рыбная гастрономия	Мясная гастрономия
1	210	202	141	202
2	225	245	154	247
3	200	200	173	204
4	240	270	80	272
5	205	205	106	207
6	220	280	111	282
7	230	210	87	216
8	205	215	92	217
9	180	205	109	208
10	135	190	94	192
11	132	210	113	212
12	221	211	117	213
13	185	198	79	201
14	180	206	89	208
15	186	221	75	223
16	210	112	72	214

17	215	215	140	218
18	223	214	132	216
19	181	271	131	273
20	163	244	108	246

Таблица 5

Затраты времени покупателей на ожидание расчета, с

Номер замера по порядку	Специализация отделов			
	Кондитерский	Молочный	Рыбная гастрономия	Мясная гастрономия
1	150	142	181	162
2	165	185	134	207
3	140	140	113	164
4	180	210	40	232
5	145	245	46	137
6	160	220	51	222
7	170	150	87	156
8	145	155	82	157
9	180	145	49	146
10	135	130	54	132
11	72	150	63	152
12	161	151	57	153
13	121	138	49	151
14	120	145	51	158
15	126	161	55	163
16	150	152	52	154
17	155	155	80	158
18	163	154	72	156
19	121	221	71	173
20	103	184	88	146

Таблица 6

Число покупателей, давших оценку уровню культуры обслуживания покупателей в магазине

Проверка	Вариант				
	1	2	3	4	5
Первая	1250	1361	1310	1323	1430
Вторая	1321	1430	1360	1415	1506

Третья	1460	1591	1431	1493	1607
--------	------	------	------	------	------

Таблица 7

Число покупателей, высоко оценивших уровень культуры обслуживания в магазине, чел.

Проверка	Вариант				
	1	2	3	4	5
Первая	850	661	610	623	730
Вторая	621	730	660	715	747
Третья	760	891	731	793	883

### Методические указания к решению задачи 1

1. Показатель устойчивости ассортимента товаров рассчитывается по формуле

$$K_y = \frac{O_1 + O_2 + O_3}{n \cdot a},$$

где  $K_y$  – коэффициент устойчивости ассортимента товаров;  $O_1, O_2, O_3$  – количество разновидностей товаров, не предусмотренных ассортиментным перечнем, имеющих в продаже в момент проверок;  $a$  – количество разновидностей товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем;  $n$  – количество проверок.

2. Показатель дополнительного обслуживания покупателей рассчитывается по формуле:

$$K_d = \frac{D_{y\phi 1} + D_{y\phi 2} + D_{y\phi n}}{n \cdot D_{yc}},$$

где  $K_d$  – коэффициент дополнительного обслуживания покупателей в магазине;  $D_{y\phi 1}, D_{y\phi 2}, D_{y\phi n}$  – количество дополнительных услуг, которые оказывались покупателям в магазине в момент проверок;  $D_{yc}$  – количество дополнительных услуг, предусмотренных перечнем, ед.;  $n$  – количество проверок.

3. Показатель затрат времени покупателей на ожидание обслуживания определяется по формуле

$$K_o = \frac{3_o}{3_\phi},$$

где  $K_o$  – коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания;  $3_o$  – оптимальные затраты времени покупателей на ожидание обслуживания (табл. 7);  $3_\phi$  – средние фактические затраты времени покупателей на ожидание обслуживания.

При определении фактических затрат времени покупателей на ожидание

обслуживания учитываются следующие элементы затрат:

- ожидание получения товара,
- ожидание расчета.

По каждому элементу должно быть проведено не менее 20 замеров. Средние затраты времени по каждому элементу определяют суммированием времени по сделанным замерам и делением суммы на число замеров.

В тех магазинах, где существует несколько специализированных отделов, средние затраты времени на ожидание обслуживания определяют по каждому отделу и по ним рассчитывают коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания.

В целом по магазину коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания рассчитывается отношением суммы полученных значений коэффициентов к их количеству.

4. Показатель культуры обслуживания по мнению покупателей определяется по формуле

$$K_{ми} = \frac{M_в}{Ч_н},$$

где  $M_в$  – количество покупателей, давших высокую оценку, чел.;  $Ч_н$  – число всех опрошенных в магазине покупателей, чел.

5. Уровень культуры обслуживания покупателей в магазине рассчитывается величиной его обобщающего показателя по формуле

$$K_{об} = (З_{ну} \cdot K_y) + (З_{нд} \cdot K_д) + (З_{но} \cdot K_о) + (З_{км} \cdot K_{ми}),$$

где  $K_{об}$  – обобщающий показатель уровня культуры обслуживания покупателей в магазине;  $З_{ну}$  – значимость показателя устойчивости ассортимента товаров (табл. 8);  $З_{нд}$  – значимость показателя дополнительного обслуживания покупателей (табл. 8);  $З_{но}$  – значимость показателя затрат времени покупателей на ожидание самообслуживания (табл. 8);  $З_{км}$  – значимость показателя культуры обслуживания по мнению покупателей (табл. 8).

6. При оценке уровня культуры обслуживания в магазине необходимо учесть величину обобщающего показателя уровня культуры обслуживания покупателей (табл. 9).

*Таблица 7*

Оптимальные затраты времени покупателей на ожидание обслуживания на предприятиях розничной торговли

Группа товаров	Время, с
Кондитерские	120
Молочные	180
Рыбные	90

Мясные	180
--------	-----

Таблица 8

Значимость показателей культуры обслуживания в общем уровне

Показатель культуры обслуживания	Значимость отдельных показателей в общем уровне культуры обслуживания, баллы	Условное обозначение значимости отдельных показателей
1. Устойчивость ассортимента товаров	0,40	$Z_{пу}$
2. Дополнительное обслуживание покупателей	0,20	$Z_{пл}$
3. Затраты времени покупателей на ожидание обслуживания	0,30	$Z_{по}$
4. Культура обслуживания в магазине по мнению покупателей	0,10	$Z_{км}$

Таблица 9

Оценка уровня культуры торгового обслуживания

Величина обобщающего показателя	Уровень культуры обслуживания
Свыше 0,901	Высокий
0,701 до 0,900	Средний
до 0,700	Плохой

В объяснительной записке к задаче должен быть разработан план мероприятий по повышению уровня обслуживания покупателей в гастрономе. Все предложения должны вытекать из условий задачи.

**Задача 2** Приобретение навыков использования методик определения эффективности изменения метода продажи товаров.

**Содержание задания:**

На основании исходных материалов определить социально-экономическую эффективность работы продовольственного магазина самообслуживания. Расчеты вести по трем группам показателей – технологическим, социальным и экономическим.

1. Технологические показатели даны в таблице 1.

Таблица 1

Варианты	Магазин традиционного типа			Магазин самообслуживания		
	Общая площадь магазина, $S_{об}$	в том числе		Общая площадь магазина, $S_{об}$		
		торговая площадь $S_{тт}$	неторговая площадь $S_{нт}$		торговая площадь $S_{тт}$	неторговая площадь $S_{нт}$
1	350	170	180	350	180	170
2	450	200	250	450	230	220
3	820	420	400	850	450	400

2. Коэффициенты установочной и выставочной площадей в магазинах найти по таблице 2.

Таблица 2

Варианты	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	Коэффициент установочной площади, $K_{ус}$	Коэффициент выставочной площади, $K_{вт}$	Коэффициент установочной площади, $K_{ус}$	Коэффициент выставочной площади, $K_{вт}$
1	0,15	0,35	0,20	0,48
2	0,16	0,37	0,21	0,52
3	0,17	0,40	0,22	0,54

3. Количество товарных единиц, размещаемых на 1 кв.м. выставочной площади магазинов приводятся в таблице 3.

Таблица 3

Варианты	Количество товарных единиц	
	Магазин традиционного типа, $K_{тет}$	Магазин самообслуживания, $K_{тес}$
1	41	90
2	44	96
3	51	104

### Социальные показатели

1. Общие затраты времени покупателей на совершение одной покупки приведены в таблице 4.

Таблица 4

Варианты	Среднее время, затраченное на покупку, мин.

	в магазине традиционного типа, $T_T$	в магазине самообслуживания, $C_c$
1	12	8
2	14	9
3	16	10

2. Коэффициент завершенности покупок (отношение числа покупателей, совершивших покупку, к общему числу покупателей, посетивших магазин), дан в таблице 5.

Таблица 5

Варианты	Коэффициент завершенности покупок	
	в магазине традиционного типа, $K_{ЭПТ}$	в магазине самообслуживания, $K_{ЭПС}$
1	0,6	0,6
2	0,6	0,7
3	0,7	0,8

Экономические показатели (расчеты произвести в трех вариантах)

1. Годовой товарооборот магазина, тыс. руб. (таблица 6)

Таблица 6

	традиционного типа, $T_T$	самообслуживания, $T_c$
	1	1920
2	1880	2250
3	2600	3000

2. Годовой товарооборот на 1 кв. м. общей площади магазина и на 1 кв.м. площади торгового зала. Данные рассчитать по трем вариантам и занести в таблицу по приведенной форме.

Варианты	Товарооборот в магазинах			
	традиционного типа		самообслуживания	
	в том числе			
	на 1 кв.м. общей площади, $T_{ТОП}$	на 1 кв.м. торгового зала $T_{ТТЗ}$	на 1 кв.м. общей площади, $T_{СОП}$	на 1 кв.м. торгового зала $T_{СТЗ}$

3. Годовой товарооборот на одного работника магазина в целом и на одного работника торгового зала. Для расчета использовать приведенную ниже форму.

Варианты	Товарооборот в магазинах			
	традиционного типа		самообслуживания	
	в том числе			
	на 1 работника магазина в целом, $T_{\text{трм}}$	на 1 работника торгового зала, $T_{\text{трз}}$	на 1 работника магазина в целом, $T_{\text{срм}}$	на 1 работника торгового зала, $T_{\text{срз}}$

Остальные показатели приведены в таблицах 7 и 8

Таблица 7

Валовой доход в % к товарообороту

Варианты	Уровень валового дохода	
	магазин традиционного типа, $V_{\text{дт}}$	магазин самообслуживания, $V_{\text{дс}}$
1	7,22	7,31
2	7,44	7,68
3	7,51	7,61

Таблица 8

Штаты магазинов и месячные ставки заработной платы

Наименование должностей	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	Штат, чел.	Месячная ставка заработной платы, руб.	Штат, чел.	Месячная ставка заработной платы, руб.
Первый вариант				
Директор	1	160	1	160
Товаровед	1	130	1	130
Заведующие секциями	2	130	2	130
Старшие продавцы	12	110	2	110
Младшие продавцы	2	85	2	85
Продавцы	12	100	2	100

Кассиры	5	80	-	-
Старшие контролеры	-	-	8	110
Контролеры-кассиры	-	-	6	100
Фасовщики	-	-	4	90
Рабочие	4	70	6	70
Уборщицы	4	70	4	70
Приемщики посуды	2	100	2	100
ИТОГО	45	4400	40	3880
Второй вариант				
Директор	1	155	1	160
Товаровед	1	130	1	130
Заведующие секциями	2	120	2	120
Старшие продавцы	12	110	2	110
Младшие продавцы	4	85	2	85
Продавцы	10	100	2	100
Кассиры	5	80	-	-
Старшие контролеры-кассиры	-	-	6	110
Контролеры-кассиры	-	-	6	100
Фасовщики	-	-	5	90
Уборщицы	4	70	4	70
ИТОГО	39	3865	31	3110
Третий вариант				
Директор	1	165	1	170
Товаровед	1	130	1	130
Заведующие секциями	3	135	3	135
Заместители заведующих секциями	3	120	3	120

Старшие продавцы	6	110	4	110
Продавцы	10	100	4	100
Младшие продавцы	12	85	4	85
Кассиры	10	80	-	-
Старшие контролеры-кассиры	-	-	8	110
Контролеры-кассиры	-	-	8	100
Фасовщики	-	-	4	90
Рабочие	6	70	6	70
Уборщицы	2	70	2	70
Приемщики посуды	2	100	2	100
ИТОГО	56	5300	50	5045

6. Дополнительная заработная плата составляет 25% основной. Выплата за счет средств по социальному страхованию. Данное условие применимо для всех трех вариантов задачи.

7. Издержки обращения в тыс. руб. в расчете на год и в % к товарообороту (таблица 9). Статьи расходов рассчитать по незаполненным графам.

Таблица 9

Наименование статей	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	Сумма И <sub>т</sub>	В % к товарообороту И <sub>су</sub>	Сумма И <sub>т</sub>	В % к товарообороту И <sub>ту</sub>
<b>Первый вариант</b>				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	13,9		15,1	
Расходы по аренде помещений	7,9		8,1	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	0,9		1,2	
Расходы по текущему ремонту	2,4		2,2	

Износ спецодежды и малоценного инвентаря	0,7		0,9	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию холодильных установок	6,4		8,6	
Расходы по рекламе	0,4		0,7	
Процент за кредит	1,5		1,4	
Недостача товаров в пределах норм	2,6		3,1	
Расходы и потери по таре	1,3		2,1	
Прочие расходы	14,1		12,9	
ИТОГО				
Второй вариант				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	13,7		15,1	
Расходы по аренде помещений	8,1		8,2	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	1,3		1,5	
Расходы по текущему ремонту	1,6		2,1	
Износ спецодежды и малоценного инвентаря	0,7		0,8	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию	8,4		8,7	

холодильных установок				
Расходы по рекламе	1,7		2,0	
Процент за кредит	1,2		1,1	
Недостача товаров в пределах норм	2,6		2,4	
Расходы и потери по таре	1,4		2,2	
Прочие расходы	14,0		13,7	
ИТОГО				
Третий вариант				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	17,5		19,9	
Расходы по аренде помещений	15,4		16,1	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	2,7		3,1	
Расходы по текущему ремонту	2,9		2,8	
Износ спецодежды и малоценного инвентаря	1,2		1,8	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию холодильных установок	10,1		11,4	
Расходы по рекламе	1,9		2,7	
Процент за кредит	1,9		1,9	
Недостача товаров в пределах норм	5,4		6,9	
Расходы и потери по таре	2,1		2,4	

Прочие расходы	16,2		17,7	
ИТОГО				

8. Прибыль и рентабельность магазина. Рассчитать в трех вариантах, результаты занести в таблицу по приведенной форме.

Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
Прибыль ( $P_T$ ) тыс. руб.	Рентабельность ( $P_T$ ), %	Прибыль ( $P_C$ ) тыс. руб.	Рентабельность ( $P_C$ ), %

### Задача 3

На основании исходных материалов определить социально-экономическую эффективность работы продовольственного магазина самообслуживания. Расчеты вести по трем группам показателей – технологическим, социальным и экономическим.

Технологические показатели

1. Площадь магазинов, кв.м. приводится в таблице 10.

Таблица 10

Варианты	Магазин традиционного типа			Магазин самообслуживания		
	Общая площадь магазина	в том числе		Общая площадь магазина	в том числе	
		торговая площадь	неторговая площадь		торговая площадь	неторговая площадь
1	260	125	135	260	135	125
2	570	270	300	575	300	275
3	1020	500	520	1020	520	500

2. Коэффициент установочной и выставочной площадей в магазинах дан в таблице 11.

Таблица 11

Варианты	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	Коэффициент установочной площади, $K_{ут}$	Коэффициент выставочной площади, $K_{вт}$	Коэффициент установочной площади, $K_{ус}$	Коэффициент выставочной площади, $K_{вс}$
1	0,15	0,34	0,22	0,56
2	0,17	0,38	0,24	0,58
3	0,20	0,42	0,26	0,62

3. Количество товарных единиц, размещаемых на 1 кв. м. выставочной площади магазина, даны в таблице 12.

Таблица 12

Варианты	Количество товарных единиц	
	Магазин традиционного типа, $K_{тер}$	Магазин самообслуживания, $K_{тес}$
1	48	68
2	54	74
3	61	80

Социальные показатели

1. Общие затраты времени покупателей на совершение одной покупки

приведены в таблице 13.

Таблица 13

Варианты	Среднее время, затрачиваемое на совершение покупки, мин.	
	в магазине традиционного типа, $T_T$	в магазине самообслуживания, $T_C$
1	6,8	4,3
2	8,0	5,5
3	11,6	6,0

2. Коэффициент завершенности покупок (отношение числа покупателей, совершивших покупку, к общему числу покупателей, посетивших магазин), дан в таблице 14.

Таблица 14

Варианты	Коэффициент завершенности покупок	
	в магазине традиционного типа, $K_{элт}$	в магазине самообслуживания, $K_{элс}$
1	0,4	0,4
2	0,4	0,5
3	0,5	0,6

### Экономические показатели Годовой товарооборот магазина, тыс. руб. (таблица 15)

Таблица 15

Варианты	Товарооборот в магазинах	
	традиционного типа, $T_T$	самообслуживания, $T_C$
1	450	500
2	1100	1320
3	1750	2150

3. Годовой товарооборот на 1 кв. м. общей площади магазина и на 1 кв.м. площади торгового зала заносится в таблицу по приведенной форме.

Варианты	Товарооборот в магазинах			
	традиционного типа		самообслуживания	
	в том числе			
	на 1 кв.м. общей площади, $T_{топ}$	на 1 кв.м. торгового зала $T_{трз}$	на 1 кв.м. общей площади, $T_{соп}$	на 1 кв.м. торгового зала $T_{срз}$

4. Годовой товарооборот на одного работника магазина в целом и на одного работника торгового зала. Для расчета использовать приведенную ниже форму.

Варианты	Товарооборот в магазинах			
	традиционного типа		самообслуживания	
	в том числе			
	на 1 работника магазина в целом, $T_{трм}$	на 1 работника торгового зала, $T_{трз}$	на 1 работника магазина в целом, $T_{срм}$	на 1 работника торгового зала, $T_{срз}$

Рассчитать данные показатели в трех вариантах, используя приведенные показатели.

Таблица 16

Валовой доход в % к товарообороту

Варианты	Уровень валового дохода	
	магазина традиционного типа, В <sub>дт</sub>	магазина самообслуживания, В <sub>дс</sub>
1	7,2	8,0
2	9,2	9,4
3	8,2	8,4

Таблица 17

## Штаты магазинов и месячные ставки заработной платы

Наименование должностей	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	Штат, чел.	Месячная ставка заработной платы, руб.	Штат, чел.	Месячная ставка заработной платы, руб.
1	2	3	4	5
Первый вариант				
Директор	1	145	1	145
Старшие продавцы	2	110	-	-
Младшие продавцы	2	85	-	-
Продавцы	4	100	-	-
Кассиры	1	80	-	-
Старшие кассиры – контролеры	-	-	1	110
Контролеры-кассиры	-	-	5	100
Рабочие	1	80	1	80
Уборщицы	1	70	1	70
ИТОГО	12	1165	9	905
Второй вариант				
Директор	1	150	1	155
Заместитель директора	1	135	1	145
Бухгалтер	1	130	1	130
Товаровед	1	140	1	140
Заведующие секциями	2	125	2	125
Заместители заведующих секциями	2	115	2	115
Старшие продавцы	4	110	2	110
Младшие продавцы	4	85	-	-
Продавцы	10	100	8	100
Кассиры	2	80	-	-
Старшие контролеры-кассиры	-	-	2	110
Контролеры-кассиры	-	-	6	100
Рабочие	4	80	4	80
Уборщицы	2	70	2	70
ИТОГО	36	3435	32	3350
Третий вариант				
Директор	1	150	1	155

Заместитель директора	1	135	1	145
Товаровед	2	140	2	140
Заведующие секциями	3	125	3	125
Заместители заведующих секциями	3	115	3	115
Старшие продавцы	5	110	3	110
Продавцы	10	100	6	100
Младшие продавцы	4	85	-	-
Кассиры	5	80	-	-
Старшие контролеры-кассиры	-		2	110
Контролеры-кассиры	-		6	100
Рабочие	5	80	5	80
Уборщицы	3	70	3	70
ИТОГО	42	4185	35	3660

6. Дополнительная заработная плата составляет 30% основной. Выплата за счет средств социального страхования – 2% основной. Данное условие применимо для всех трех вариантов задачи.

7. Издержки обращения в тыс. руб. в расчете на год и в % к товарообороту (таблица 18). Статьи расходов рассчитать по незаполненным графам.

Таблица 18

Наименование статей	Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
	сумма И <sub>т</sub>	в % к товарообороту И <sub>св</sub>	сумма И <sub>т</sub>	в % к товарообороту И <sub>тв</sub>
1	2	3	4	5
Первый вариант				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	1,5		1,8	
Расходы по аренде помещений	8,0		8,0	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	1,5		1,6	
Расходы по текущему ремонту	1,5		1,5	
Износ спецодежды и малоценного инвентаря	0,1		0,1	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию холодильных установок	0,2		0,3	
Расходы по рекламе	0,4		0,5	
Процент за кредит	0,5		0,4	
Недостача товаров в пределах норм	0,6		1,5	
Расходы и потери по таре	0,3		0,3	
Прочие расходы	2,7		2,7	

ИТОГО				
Второй вариант				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	3,1		3,9	
Расходы по аренде помещений	12,1		12,9	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	2,1		2,7	
Расходы по текущему ремонту	0,5		0,6	
Износ спецодежды и малоценного инвентаря	0,1		0,1	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию холодильных установок	1,8		2,1	
Расходы по рекламе	0,9		0,8	
Процент за кредит	1,1		1,0	
Недостача товаров в пределах норм	1,3		2,1	
Расходы и потери по таре	0,4		0,5	
Прочие расходы	13,1		11,9	
ИТОГО				
Третий вариант				
Расходы по перевозкам (заработная плата)	7,2		9,5	
Расходы по аренде помещений	15,1		16,4	
Расходы по содержанию помещений, инвентаря	2,6		2,9	
Расходы по текущему ремонту	0,7		0,7	
Износ спецодежды и малоценного инвентаря	0,3		0,4	
Расходы по доработке, хранению, упаковке, содержанию холодильных установок	1,9		2,1	
Расходы по рекламе	0,9		1,2	
Процент за кредит	1,3		1,2	
Недостача товаров в пределах норм	1,4		1,6	
Расходы и потери по таре	0,7		0,9	
ИТОГО				

7. Прибыль и рентабельность магазина. Рассчитать в трех вариантах, результаты занести в таблицу по приведенной форме.

Магазин традиционного типа		Магазин самообслуживания	
Прибыль ( $P_T$ ) тыс. руб.	Рентабельность ( $P_T$ ), %	Прибыль ( $P_C$ ) тыс. руб.	Рентабельность ( $P_C$ ), %

*Методические указания к задачам 2 и 3*

1. При решении, прежде всего, следует установить, как

технологические решения в магазинах влияют на социально-экономическую эффективность работы магазинов самообслуживания. Поэтому при сопоставлении технологических показателей необходимо определить эффективность использования торговых площадей, установочной и выставочной, а также оборудования в сравниваемых магазинах. Для такого сопоставления следует использовать данные таблиц технологических показателей.

2. При анализе социальной эффективности самообслуживания необходимо выявить зависимость между общими затратами времени покупателей на совершение покупок и коэффициентом завершенности покупок по данным таблиц социальных показателей.

3. При определении экономической эффективности работы магазина необходимо установить:

- прирост товарооборота при самообслуживании в сумме и %;
- прирост товарооборота на 1 кв.м. всей площади магазина и площади торгового зала;
- рост производительности труда в расчете на одного среднесписочного работника и одного работника торгового зала;
- экономию фонда заработной платы (% к товарообороту и абсолютную сумму). Здесь же следует рассчитать и проанализировать долю заработной платы в издержках обращения сравниваемых магазинов.

4. К решению задач необходимо приложить объяснительную записку. В ней должны быть сделаны соответствующие выводы по трем группам показателей и обращено особое внимание на преимущество самообслуживания.

5. При анализе технологических показателей важно отразить конкретные преимущества самообслуживания в более рациональном использовании торговой площади магазинов, коэффициентов установочной и выставочной площадей, размещения товарных единиц на 1 кв. м. выставочной площади.

6. Сравнивая социальные показатели, следует обратить внимание на показатели затрат времени покупателей и коэффициентов завершенности

покупок. При этом необходимо объяснить, почему эти показатели лучше в магазинах самообслуживания.

7. При анализе экономических показателей, важно раскрыть экономическую эффективность работы магазинов самообслуживания, которая, в частности, видна при анализе таких показателей, как товарооборот, уровень издержек обращения, рентабельность.

8. При расчетах используются условные расчетные единицы (тыс. руб.).

**Задача 4** Приобретение навыков использования нормативных документов в практической работе

**Содержание задания:** Изучить правила продажи отдельных групп продовольственных и непродовольственных товаров и составить три ситуации, касающиеся данного правового акта

*Например.*

1. При покупке телевизора, магазин организует доставку на дом. При осмотре телевизора дома покупатель обнаружил на корпусе пломбы ремонтной мастерской. Может ли покупатель потребовать обмена телевизора?

2. В магазине была куплена туалетная вода. На упаковке указано:

*Туалетная вода для мужчин «Desir», 100мл. - спрей*

*Сделано во Франции. Годен до 01.00г. Указан штрих-код и стоит знак соответствия.*

*Вафлор ул. Анри Барбюса 11,92230 Женвилье*

*Состав: денатурированный этиловый спирт, деминерализованная вода, душистые вещества.*

Все ли указано на упаковке?

**Содержание задания:** Изучить закон «О защите прав потребителей» и составить три ситуации, касающиеся данного правового акта

*Например*

1. Семья Бородиных купила телевизор. А через месяц из-за неисправности телевизора в квартире произошел пожар. Документы на него, как и многие

вещи сгорели. При обращении в магазин Бородиным отказались выплатить ущерб т.к. документов на телевизор не было. Кто в данной ситуации прав?

**Задача5** Приобретение навыков применения требований к планировке торгового зала и схем торгово-технологического процесса в практической работе

**Содержание задания:** Составить схему торгово-технологического процесса магазина. Формат магазина выбирается самостоятельно. Размер магазина не менее 200 кв. м. Дать название магазина, которое бы отражало ассортиментный профиль. Подобрать групповой ассортимент для данного магазина, определить принципы, по которым он делится по отделам и секциям. Определить сопутствующие товары. Подобрать внутригрупповой ассортимент. Подобрать оборудование. Рассчитать коэффициенты установочной и выставочной площади. Определить дополнительные услуги для магазина. Описать приемку, хранение, подготовку к продаже и особенности продажи любой товарной группы из ассортимента выбранного магазина. Изобразить схематично расстановку оборудования в торговом зале с соблюдением масштаба и предъявляемым требованиям к зонированию торгового зала.

### **Критерии оценки заданий**

100-86 баллов выставляется студенту, если студент правильно выполнил все расчеты, сформулировал аргументированные выводы и безукоризненно графически оформил работу. Нашел правильные ответы

85-76 баллов – в расчетах студент допустил не более одной ошибки, не сформулировал выводов, но графическое оформление работы в целом выполнено верно.

75-61 балл - студент допустил несколько (2-3) ошибок в расчетах, не смог сформулировать выводов и некорректно оформил результаты графически

60-50 баллов – студент не смог воспроизвести последовательность расчетов и не имеет представления о графическом оформлении результатов

## **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Культура торгового обслуживания» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Культура торгового обслуживания» проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

– результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Культура торгового обслуживания» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

**Вид промежуточной аттестации – зачет** (3 семестр), состоящий из устного опроса в форме собеседования.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Культура торгового обслуживания»**

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
менее 61	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## Оценочные средства для проверки сформированности компетенций (20 минут)

Код и формулировка компетенции	Задание
<p>ПК-1                    способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>Уровень культуры обслуживания покупателей в розничном торговом предприятии зависит от устойчивости ассортимента, услуг по дополнительному обслуживанию покупателей, затрат времени покупателей.</p> <p>Разработайте план мероприятий по повышению культуры уровня обслуживания покупателей для розничного торгового предприятия X, если известно, что розничное торговое предприятие X уступает прямым конкурентам Y и Z по перечню услуг дополнительного обслуживания и высоким затратам времени покупателей.</p>
<p>ПК-8                    -                    готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	