

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет  
народного хозяйства»**

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол №11 от 06 июня 2023 г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ДИЗАЙН  
ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности»**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**

**Формы обучения – очная, очно-заочная, заочная**

**Махачкала-2023**

**УДК 339.3**

**ББК У422.1я73**

**Составитель-** Шахшаева Лиана Магомедовна, преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГУНХ

**Внутренний рецензент-** Исмаилова Фатима Нурутдиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГУНХ

**Внешний рецензент-** Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан»

**Представитель работодателя-** Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества СКФО

*Рабочая программа дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 18 августа 2020 г. №963, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 6 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».*

Рабочая программа по дисциплине «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» размещена на официальном сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Шахшаева Л.М. Рабочая программа дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» для направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2023 г., 20 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 05 июня 2023 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 31 мая 2023 г., протокол № 10

## СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
Раздел 3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации	6
Раздел 4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
Раздел 5.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	15
Раздел 7.	Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	16
Раздел 8.	Описание материально – технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
Раздел 9.	Образовательные технологии	18

## Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### Цели и задачи изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» является вооружение студентов теоретическими и прикладными знаниями о сложном механизме процесса доведения товаров народного потребления от места производства до потребителей, о путях повышения эффективности этого процесса на всех его стадиях, интенсификации функционирования отдельных торгово-технологических звеньев и операций, всей совокупности процесса товародвижения на основе развития предпринимательской инициативы.

Задачами изучения дисциплины являются:

- Изучение основ построения процесса товародвижения;
- Ознакомление с организацией и технологией операций на предприятиях оптовой торговли;
- Изучение видов тары и тарных операций в торговле;
- Ознакомление с организацией перевозки товаров;
- Изучение организации и технологии товароснабжения розничных торговых предприятий;
- Изучение организации и технологии операций на предприятиях розничной торговли;
- Ознакомление с проектированием и строительством предприятий торговли.

### 1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
ПК-2	Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения

### 1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции
<b>ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
ПК-2: Способен осуществлять	ИПК-2.1: Составляет план, обосновывает и	<b>Знать:</b> - требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии; методы регулирования процессов хранения;

<p>организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения</p>	<p>осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках</p>	<p>- этапы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи (сбыта) товаров  <b>Уметь:</b>  - управлять торгово-технологическими процессами на предприятии; регулировать процессы хранения; минимизировать риски, возникающие в процессе осуществления коммерческой деятельности;  - планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу (сбыт) товаров  <b>Владеть:</b>  - методикой управления торгово-технологическим процессом на предприятии;  - навыками оценки эффективности процесса управления товарными запасами, организации оптовой и розничной торговли</p>
---	---	---

### 1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций						
	Тема 1. Основы построения процесса товародвижения	Тема 2. Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	Тема 3. Товарные склады, их устройство и планировка	Тема 4. Технологическое оборудование складов	Тема 5. Организация и технология складских операций	Тема 6. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах	Тема 7. Тара и тарные операции в торговле
ПК-2	+	+	+	+	+	+	+

Тема 8. Организация	Тема 9. Организация и	Тема 10. Рознична	Тема 11. Устройст	Тема 12. Торгово-	Тема 13. Организа	Тема 14. Защита	Тема 15. Проектир
---------------------	-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-----------------	-------------------

перевозки товаров	технология товароснабжения розничных торговых предприятий	я торговая сеть	во и основы технологических планировок магазина	технологическое оборудование магазинов	ция торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	прав потребителей и государственный контроль торговли	ование и строительство предприятий торговли
ПК-2	+	+	+	+	+	+	+

## Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» Б1.В.07 относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности» читается на 3 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Менеджмент», «Логистика», «Товароведение потребительских товаров».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения таких курсов, как «Коммерческая деятельность», «Организация торговли», «Товароведение потребительских товаров», «Теоретические основы товароведения», «Управление товарным ассортиментом и запасами», а также прохождения производственной практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

## Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации.

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 6 зачетных единиц.

### Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 132 часа, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 66 ч.
- на занятия семинарского типа – 66 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 12 ч.

Формы промежуточной аттестации:  
5 семестр – экзамен.

6 семестр – экзамен, 36 ч.

### **Очно-заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 66 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 33 ч.

на занятия семинарского типа – 33 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 78 ч.

Формы промежуточной аттестации:

5 семестр – экзамен, 36 ч.

6 семестр – экзамен, 36 ч.

### **Заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 18 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 8 ч.

на практические занятия – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 196 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен-4ч.

**Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

### Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, коллоквиумы)	иные аналогичные занятия			
1	Введение	4	2		2					
2	Основы построения процесса товародвижения	17	8		8			1	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания	
3	Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	8	4		4				Тестовые задания Ситуационные задачи Решение задач	
4	Товарные склады, их устройство и планировка	17	8		8			1	Ситуационные задачи Тестовые задания	
5	Технологическое оборудование складов	8	4		4				Ситуационная задача Тестовые задания	
6	Организация и технология складских операций	9	4		4			1	Ситуационная задача Тестовые задания	
7	Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах	9	4		4			1	Тестовые задания Задача Ситуационная задача	
<b>Итого за 5 семестр:</b>		<b>108</b>	<b>34</b>		<b>34</b>			<b>4</b>	<b>Экзамен, 36 часов</b>	
8	Тара и тарные операции в торговле	10	4		4			2	Тестовое задание Решение задач Ситуационная задача	
9	Организация перевозки товаров	4	2		2				Задача	



10	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	8	4		4					Задача Тестовые задания
11	Розничная торговая сеть	8	4		4					Тестовые задания Кейс Ситуационная задача
12	Устройство и основы технологических планировок магазина	10	4		4				2	Тестовые задания Ситуационная задача
13	Торгово-технологическое оборудование магазинов	8	4		4					Ситуационная задача Деловая игра
14	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	10	4		4				2	Ситуационная задача Кейс Тестовые задания
15	Защита прав потребителей и государственный контроль торговли	8	4		4					Тестовые задания Ситуационная задача Задача
16	Проектирование и строительство предприятий торговли	6	2		2				2	Тестовые задания Ситуационная задача
	<b>Итого 6 семестр</b>	<b>108</b>	<b>32</b>		<b>32</b>				<b>8</b>	<b>Экзамен, 36 часов</b>
	<b>Итого:</b>	<b>216</b>	<b>66</b>		<b>66</b>				<b>12</b>	<b>72</b>

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, коллоквиумы)	иные аналогичные занятия			
1	Введение	4	1		1				2	
2	Основы построения процесса товародвижения	10	2		2				6	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания
3	Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	10	2		2				6	Тестовые задания Ситуационные задачи Решение задач
4	Товарные склады, их устройство и планировка	14	4		4				6	Ситуационные задачи Тестовые задания
5	Технологическое оборудование складов	14	4		4				6	Ситуационная задача Тестовые задания
6	Организация и технология складских операций	10	2		2				6	Ситуационная задача Тестовые задания
7	Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах	10	2		2				6	Тестовые задания Задача Ситуационная задача
	Итого за 5 семестр:	108	17		17				38	Экзамен, 36 часов
8	Тара и тарные операции в торговле	10	2		2				6	Тестовое задание Решение задач Ситуационная задача
9	Организация перевозки товаров	10	2		2				6	Задача

10	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	8	2		2				4	Задача Тестовые задания
11	Розничная торговая сеть	8	2		2				4	Тестовые задания Кейс Ситуационная задача
12	Устройство и основы технологических планировок магазина	8	2		2				4	Тестовые задания Ситуационная задача
13	Торгово-технологическое оборудование магазинов	8	2		2				4	Ситуационная задача Деловая игра
14	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	8	2		2				4	Ситуационная задача Кейс Тестовые задания
15	Защита прав потребителей и государственный контроль торговли	6			2				4	Тестовые задания Ситуационная задача Задача
16	Проектирование и строительство предприятий торговли	6	2						4	Тестовые задания Ситуационная задача
	Итого 6 семестр	108	16		16				40	Экзамен, 36 часов
	Итого:	216	33		33				148	72

### Заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, коллоквиумы)	иные аналогичные занятия			
1	Введение	6							6	
2	Основы построения процесса товародвижения	16	2						14	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания
3	Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	12							12	Тестовые задания Ситуационные задачи Решение задач
4	Товарные склады, их устройство и планировка	14			2				12	Ситуационные задачи Тестовые задания
5	Технологическое оборудование складов	12							12	Ситуационная задача Тестовые задания
6	Организация и технология складских операций	14							14	Ситуационная задача Тестовые задания
7	Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах	14	2						12	Тестовые задания Задача Ситуационная задача
8	Тара и тарные операции в торговле	16			2				14	Тестовое задание Решение задач Ситуационная задача
9	Организация перевозки товаров	12							12	Задача
10	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	14	2						12	Задача Тестовые задания

11	Розничная торговая сеть	14						14	Тестовые задания Кейс Ситуационная задача
12	Устройство и основы технологических планировок магазина	14			2			12	Тестовые задания Ситуационная задача
13	Торгово-технологическое оборудование магазинов	12	2					12	Ситуационная задача Деловая игра
14	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	16			2			12	Ситуационная задача Кейс Тестовые задания
15	Защита прав потребителей и государственный контроль торговли	12						12	Тестовые задания Ситуационная задача Задача
16	Проектирование и строительство предприятий торговли	14						14	Тестовые задания Ситуационная задача
	Итого:	216	8		8			196	4

**Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,  
необходимой для освоения дисциплины**

№ п/п	автор	Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	Выходные данные по стандарту	Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/ Адрес доступа
<b>Основная учебная литература</b>				
1	Дашков, Л.П.	Организация, технология и дизайн предприятий торговли (в торговле). Учебник	Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 456 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9 ; То же [Электронный ресурс].	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495756">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495756</a>
<b>Дополнительная учебная литература</b>				
<i>А) Дополнительная учебная литература</i>				
1	Грибанова, И.В.	Организация и технология торговли. Учебное пособие	И.В. Грибанова, Н.В. Смирнова. - 4-е изд., стер. - Минск : РИПО, 2016. - 204 с. : схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-503-549-8 ; То же [Электронный ресурс]	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463609">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463609</a>
2	Дашков, Л.П.	Организация и управление коммерческой деятельностью. Учебник	Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 400 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02531-0 ; То же [Электронный ресурс]. -	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495757">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495757</a>
3	Башаримова, С.И.	Организация торговли. Практикум	С.И. Башаримова, Я.В. Грицкова, М.В. Дасько. - Минск : РИПО, 2014. - 296 с. : табл. - Библиогр.: с. 229-231 - ISBN 978-985-503-337-1 ; То же [Электронный ресурс]. -	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463534">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463534</a>
4	Казакевич, Т. А.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов	Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07278-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —	<a href="https://biblionline.ru/bcode/437462">https://biblionline.ru/bcode/437462</a>
<b>Б) Официальные издания:</b>				

1	Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/</a>
2	Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. N 487-ФЗ "О внесении изменения в статью 251 Федерального закона "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" <a href="https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html">https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html</a>
3	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232. <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/</a>
4	Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей" <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/</a>
5	Федеральный закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/</a>
6	Федеральный закон РФ "О коммерческой тайне" от 16.08.2004 г. (в последней действующей редакции от 18 апреля 2018 года) <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/</a>
<b>В) Периодические издания</b>	
1	Журнал «Практический маркетинг» <a href="https://bci-marketing.ru/">https://bci-marketing.ru/</a>
2	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <a href="http://www.mavriz.ru/">http://www.mavriz.ru/</a>
3	Журнал «Управление магазином» <a href="http://www.trademanagement.ru">http://www.trademanagement.ru</a>
4	Журнал «Управление сбытом» <a href="http://www.sellings.ru">http://www.sellings.ru</a>
5	Журнал «Продавать! Техника продаж» <a href="http://www.tehnikaprodazh.ru">http://www.tehnikaprodazh.ru</a>
<b>Г) Справочно-библиографическая литература</b>	
1	Богатин Н: 1С: Торговля и Склад 7.7: Справочник бухгалтера и товароведа, М.: - Триумф, 2017.
2	Карпова С.В., Перцовский Н.И.; отв. ред. И.А. Фирсова Глоссарий по маркетингу: учебное пособие. М.: Палеотип, 2016г., 336с.
3	Космин В.В., Грицык В.И.Словарь аббревиатур. Транспорт, строительство, экономика, менеджмент, маркетинг, системотехника, информатика, геоинформатик, изд-во УМЦ ЖДТ, 2015 г.
<b>Г) Информационные базы данных</b>	
1	<a href="http://www.tpprf.ru">www.tpprf.ru</a> - база Торгово-промышленной Палаты РФ
2	<a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a> - база Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России)

## **Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

<http://www.rospotrebnadzor.ru/> – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].

<http://www.tsouz.ru> – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].

<http://www.stq.ru/> – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].

<http://www.znaytovar.ru/> – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.

<http://www.falshivkam.net/> – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.

<http://www.legprommarket.ru/> – на сайте пользователь без регистрации и ограничений может просматривать каталог предприятий-участников и каталог представленной ими продукции (товаров), может получить информацию о товаре и координаты производителя продукции (товара).

## **Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

### **7.1. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLCMedia player
5. 7-zip

### **7.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
- Справочно-правовая система «Гарант».

### **7.3. Перечень профессиональных баз данных**

- ✓ База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: <http://www.minprom.gov.ru>
- ✓ База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: <http://www.tpprf.ru>
- ✓ База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru)



- ✓ База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: <http://www.fips.ru/rospatent/index.htm>
- ✓ Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
- ✓

## **Раздел 8. Описание материально – технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для преподавания дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» используются следующие специальные помещения - учебные аудитории:

**1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий– аудитория № 4.9 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г., Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)**

### ***Перечень основного оборудования:***

- 1.Комплект специализированной мебели
- 2.Доска меловая.
- 3.Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «Юрайт» ([www.urait.ru](http://www.urait.ru)).

### ***Перечень учебно-наглядных пособий:***

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);  
Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

### ***Перечень используемого программного обеспечения:***

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
- 4.VLCMedia player
- 5.7-zip

**2. Помещение для самостоятельной работы № 1.1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г., Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1 )**

### ***Перечень основного оборудования:***

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду ДГУНХ - 60 ед.

### ***Перечень используемого программного обеспечения:***

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLC Media player
5. 7-zip

### ***Перечень основного оборудования:***

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 19 ед.

**3. Помещение для самостоятельной работы № 5.6 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, корпус №2 литер «В» , учебный корпус №1)**

***Перечень основного оборудования:***

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду ДГУНХ - 26 ед.

***Перечень используемого программного обеспечения:***

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLC Media player
5. 7-zip
6. 1С: Предприятие 8.3
7. 1С: Зарплата и управление персоналом
8. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

## **Раздел 11.Образовательные технологии**

При реализации дисциплины «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» применяются следующие образовательные технологии:

- Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами.

- Семинар – эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

- Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

- Лабораторная работа – организация учебной работы с реальными материальными и информационными объектами, экспериментальная работа с аналоговыми моделями реальных объектов.

Технологии проблемного обучения – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов. По дисциплине «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» используются следующие технологии проблемного обучения:

- проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала;

- практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков;

- практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс - стади») – обучение в контексте моделируемой ситуации, воспроизводящей реальные условия научной, производственной, общественной деятельности. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Игровые технологии – организация образовательного процесса, основанная на реконструкции моделей поведения в рамках предложенных сценарных условий. По дисциплине «Организация, технология и дизайн предприятий торговли» учебные занятия проводятся с использованием следующих игровых технологий:

- деловая игра – моделирование различных ситуаций, связанных с выработкой и принятием совместных решений, обсуждением вопросов в режиме «мозгового штурма», реконструкцией функционального взаимодействия в коллективе и т.п.;

Технологии проектного обучения – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Основные типы проектов по данной дисциплине:

- творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник и т.п.);

- информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

По дисциплине учебные занятия проводятся с использованием специализированных интерактивных технологий:

- семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе;

- мозговой штурм;

- работа в малых группах;

- круглый стол и др.

Информационно-коммуникационные образовательные технологии – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных

программных сред и технических средств работы с информацией. По данной дисциплине учебные занятия проводятся с использованием информационно - коммуникационных технологий:

- лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов);

- практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред.