

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

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол № 13 от 29 мая 2021 г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ДИЗАЙН  
ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ»**

**Направление подготовки  
38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Маркетинг в торговой деятельности»**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**

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

**Махачкала-2021**

**УДК 339.3**

**ББК У422.1я73**

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

**Внутренний рецензент-** Манташев Асадула Мугутдинович, 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 5 апреля 2017 года № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программы бакалавриата, программам специалитета, программ 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 «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2021 г., 19 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2021 г.

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

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 25 мая 2021 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	ПК-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-2.1	+	+	+	+	+	+	+

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 «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 маркетинга в торговой деятельности», «Товароведение потребительских товаров», «Теоретические основы товароведения», «Управление товарным ассортиментом», 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 115 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 49 ч.
- на занятия семинарского типа – 66 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 65 ч.

Формы промежуточной аттестации:  
5 семестр – зачет.

4 семестр – экзамен, 36 ч.

### **Очно-заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 32 часа, в том числе:

на занятия лекционного типа – 16 ч.

на занятия семинарского типа – 16 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 148 ч.

Формы промежуточной аттестации:

3 семестр – зачет.

4 семестр – экзамен, 36 ч.

### **Заочная форма обучения**

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 14 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 6 ч.

на практические занятия – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 198 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	6	1		2				3	
2	Основы построения процесса товародвижения	22	4		8				10	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания
3	Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	14	2		4				8	Тестовые задания Ситуационные задачи Решение задач
4	Товарные склады, их устройство и планировка	22	4		8				10	Ситуационные задачи Тестовые задания
5	Технологическое оборудование складов	14	2		4				8	Ситуационная задача Тестовые задания
6	Организация и технология складских операций	16	2		4				10	Ситуационная задача Тестовые задания
7	Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах	14	2		4				8	Тестовые задания Задача Ситуационная задача
<b>Итого за 5 семестр:</b>		<b>108</b>	<b>17</b>		<b>34</b>				<b>57</b>	<b>Зачет</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>49</b>		<b>66</b>				<b>65</b>	<b>36</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	10		2					8	
2	Основы построения процесса товародвижения	18	2	2					14	Кейс Ситуационная задача Тестовые задания
3	Оптовые торговые предприятия, их функции, типы, виды	16		2					14	Тестовые задания Ситуационные задачи Решение задач
4	Товарные склады, их устройство и планировка	16	2						14	Ситуационные задачи Тестовые задания
5	Технологическое оборудование складов	16		2					14	Ситуационная задача Тестовые задания
6	Организация и технология складских операций	16	2						14	Ситуационная задача Тестовые задания
7	Управление торгово-технологическим процессам и организация труда на складах	16	2						14	Тестовые задания Задача Ситуационная задача
	Итого за 5 семестр:	108	8		8				92	Зачет
8	Тара и тарные операции в торговле	8	2						6	Тестовое задание Решение задач Ситуационная задача
9	Организация перевозки товаров	8							8	Задача

10	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	8	2					6	Задача Тестовые задания
11	Розничная торговая сеть	8		2				6	Тестовые задания Кейс Ситуационная задача
12	Устройство и основы технологических планировок магазина	8	2					6	Тестовые задания Ситуационная задача
13	Торгово-технологическое оборудование магазинов	8		2				6	Ситуационная задача Деловая игра
14	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	8		2				6	Ситуационная задача Кейс Тестовые задания
15	Защита прав потребителей и государственный контроль торговли	8		2				6	Тестовые задания Ситуационная задача Задача
16	Проектирование и строительство предприятий торговли	8	2					6	Тестовые задания Ситуационная задача
	Итого 6 семестр	108	8		8			56	Экзамен, 36 часов
	Итого:	216	16		16			148	36

### 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						12	Ситуационная задача Деловая игра
14	Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей	16			2			14	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	6		8			198	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. Лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

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:

**1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий № 5-5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, корпус №2 литер «В»).**

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

Комплект учебной мебели.

Доска меловая.

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 «ЭБС Юрайт» ([www.urait.ru](http://www.urait.ru)).

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

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

**2. Помещение для самостоятельной работы № 4.5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, корпус №2 литер «В» , учебный корпус №2 литер «В»)**

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

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

**3. Помещение для самостоятельной работы №1.1 (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 – 60 ед.

## **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.