

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Менеджмент торговых предприятий

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
38.03.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы
Управление торговой и логистической деятельностью

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 Менеджмент торговых предприятий относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-10: Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной), исходя из расчетов целевых показателей	ИД-1: Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений ИД-2: Формирует альтернативные решения на основе разработанных для них целевых показателей ИД-3: Анализирует, обосновывает и выбирает решения, в том числе на основе экономической оценки инвестиционных проектов	ИД-1: 31 (ПК-10) Знать методы определения экономической эффективности бизнес-процессов торгового предприятия У1 (ПК-10) Уметь прогнозировать бизнес-процессы торгового предприятия В1 (ПК-10) Владеть навыками оценки эффективности бизнес-процессов торгового предприятия ИД-2: 32 (ПК-10) Знать виды показателей, необходимых для принятия решений по деятельности торгового предприятия У2 (ПК-10) Уметь проводить расчеты показателей по деятельности торгового предприятия В2 (ПК-10) Владеть навыками принятия решений на основе рассчитанных показателей по деятельности торгового предприятия ИД-3: 33 (ПК-10) Знать методики экономической оценки проектов У3 (ПК-10) Уметь	Кolloквиум Тест Практическое задание Задачи Кейс-задача	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

		анализировать проекты В3 (ПК-10) Владеть навыками выбора решений в рамках проектов		
ПК-5: Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ИД-1: Реализует программы разработки новых, в т.ч. инновационных товаров ИД-2: Реализует ассортиментную политику организации, в т.ч. в сфере торговли ИД-3: Реализует политику ценообразования организации, в т.ч. в сфере торговли ИД-4: Осуществляет распределение товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли ИД-5: Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли	ИД-1: 31 (ПК-5) Знать методики разработки новых видов товаров У1 (ПК-5) Уметь применить программу разработки новых видов товаров в торговом предприятии В1 (ПК-5) Владеть навыками реализации программ разработки новых видов товаров в торговом предприятии ИД-2: 32 (ПК-5) Знать виды ассортиментной политики торгового предприятия У2 (ПК-5) Уметь применять методы управления ассортиментом В2 (ПК-5) Владеть навыками управления ассортиментом ИД-3: 33 (ПК-5) Знать основы ценообразования в торговом предприятии У3 (ПК-5) Уметь формировать политику ценообразования в торговом предприятии В3 (ПК-5) Владеть инструментами ценообразования в торговом предприятии ИД-4: 34 (ПК-5) Знать способы распределения товаров в торговом предприятии У4 (ПК-5) Уметь проводить распределение товаров в торговом предприятии В4 (ПК-5) Владеть навыками работы по распределению товаров в торговом	Коллоквиум Тест Задачи	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

		<p>предприятии</p> <p>ИД-5:</p> <p>35 (ПК-5) Знать виды стратегий продвижения товаров в торговом предприятии</p> <p>У5 (ПК-5) Уметь разрабатывать стратегию продвижения товаров в торговом предприятии</p> <p>В5 (ПК-5) Владеть навыками реализации стратегии продвижения товаров в торговом предприятии</p>		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	14
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14
- КСР	1
самостоятельная работа	43
Промежуточная аттестация	0
	Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
Тема 1 Система торгового менеджмента	6	1	1	2	4

Тема 2 Планирование стратегии и оперативной деятельности торгового предприятия	9	2	2	4	5
Тема 3 Проектирование организационной структуры торговых предприятий	6	1	1	2	4
Тема 4 Формирование кадрового потенциала торгового предприятия и мотивация трудовой деятельности персонала	7	1	1	2	5
Тема 5 Контроль и управленческий учет в системе торгового менеджмента	7	1	1	2	5
Тема 6 Маркетинговая ориентация деятельности торгового предприятия и управление конкурентоспособностью	9	2	2	4	5
Тема 7 Управление торгово-технологическими процессами	9	2	2	4	5
Тема 8 Экономические основы торгового менеджмента	9	2	2	4	5
Тема 9 Финансовый менеджмент на предприятиях торговли	9	2	2	4	5
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	14	14	29	43

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Система торгового менеджмента

Менеджмент на предприятиях торговли как профессиональная управленческая деятельность. Система управленческой деятельности, ее основные элементы: менеджер, персонал, методы и средства управления, условия, процесс и результат управления. Торговое предприятие как объект управления. Основные модели главной целевой функции менеджмента предприятий торговли. Цели и задачи менеджмента предприятий торговли. Основные функции управления в торговом предприятии. Выбор организационно-правовой формы деятельности торгового предприятия. Выбор типов магазинов, входящих в состав торгового предприятия.

Тема 2. Планирование стратегии и оперативной деятельности торгового предприятия.

Стратегическое планирование и стратегическое управление деятельностью торгового предприятия. Общая концепция внутрифирменного планирования и ее основные принципы. Определение миссии, целей и стратегий развития предприятия.

Типы внутрифирменного планирования. Стратегическое и оперативное планирование деятельности торгового предприятия, их взаимосвязь. Организация внутри-фирменного планирования.

Разработка бизнес-плана торгового предприятия, его структура и содержание.

Тема 3. Проектирование организационной структуры торговых предприятий.

Понятие организации. Основные элементы и фазы жизни организации. Внутренняя и внешняя среда. Формальная и неформальная организация. Типы организационных структур и их выбор. Анализ и оценка организационной структуры торгового предприятия. Требования, принципы и факторы, влияющие на построение организационных структур. Сетевой принцип организационного дизайна. Торговые сети: дистрибьюторская сеть, франчайзинг, аутсорсинг, виртуальные сети.

Распределение полномочий и ответственности в организационной структуре торгового предприятия.

Централизация и децентрализация в организационных структурах. Проектирование организационной структуры предприятия. Оценка эффективности организационных структур.

Информационное обеспечение и оснащение торговых предприятий оргтехникой.

Особенности организации деятельности оптового, розничного и оптово-розничного торгового предприятия.

Тема 4. Формирование кадрового потенциала торгового предприятия и мотивация трудовой деятельности персонала.

Специфика управления персоналом торгового предприятия. Кадровая политика торгового предприятия,

ее формирование и формулирование. Методы управления персоналом торгового предприятия. Управление численностью и составом персонала. Планирование потребности в трудовых ресурсах. Отбор персонала в системе формирования кадрового потенциала предприятия. Управление процессом обучения и повышения квалификации кадров торгового предприятия.

Трудовое поведение, мотивы и стимулы. Управление стимулированием труда персонала торгового предприятия. Заработная плата в структуре затрат на рабочую силу. Виды и формы оплаты труда в торговле. Построение на торговом предприятии тариф-ной системы заработной платы («гибкая» тарифная система на основе МРОТ) и системы дополнительного стимулирования отдельных аспектов трудовой активности работников.

Тема 5. Контроль и управленческий учет в системе торгового менеджмента.

Контроль в торговле, его виды и обеспечение. Проектирование систем контроля. Контроль сохранности товаров от хищений. Особенности контроля результатов на предприятиях торговли. Особенности систем контроля на торговом предприятии.

Виды учета в системе торгового менеджмента. Сущность управленческого учета и его отличие от бухгалтерского учета. Современный подход к постановке управленческого учета на торговом предприятии. Автоматизация управленческого учета.

Тема 6. Маркетинговая ориентация деятельности торгового предприятия и управление конкурентоспособностью.

Особенности маркетинга торгового предприятия: 4р + 3р (ассортимент, цена, каналы продвижения, реклама, персонал, процессы, физическая среда). Определение целевого сегмента и позиционирование услуг на предприятиях торговли.

Анализ маркетинговых стратегий охвата рынка (недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг), их отличительные черты.

Формирование товарного ассортимента на предприятиях торговли, его основные принципы.

Характеристики ассортимента торгового предприятия. Этапы и особенности процесса формирования ассортимента. Ценовые стратегии и их классификация. Методы ценообразования и ценовая политика на предприятиях торговли. Комплекс продвижения товара (услуги) на предприятиях торговли и оценка его эффективности.

Сущность конкурентоспособности торгового предприятия. Факторы внешней среды, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия: покупатели, поставщики, товары-заменители, новые конкуренты, существующие конкуренты. Внутриорганизационные факторы конкурентоспособности: стратегический, инновационный, торгово-технологический, кадровый, экономический, финансовый потенциалы. Управление конкурентоспособностью: разработка конкурентной стратегии и ее реализация. Особенности управления конкурентоспособностью торгового предприятия. Бенчмаркинг.

Тема 7. Управление торгово-технологическими процессами

Содержание и структура торгово-технологических процессов торгового предприятия. Основные и вспомогательные торгово-технологические процессы. Классификация помещений торгового предприятия.

Рациональная технологическая планировка торгового зала. Этапы планирования торгового зала магазина самообслуживания, его принципы и особенности.

Управление процессом обслуживания покупателей на предприятиях торговли, его элементы и показатели качества обслуживания.

Внедрение в розничную торговлю информационных систем управления. Системы сканирования штрих-кодов.

Система категорийного менеджмента, ее сущность, выгоды потребителей и ритейлеров. Система «быстрый отклик» и «эффективный ответ потребителю». Обеспечение розничной безопасности.

Тема 8. Экономические основы торгового менеджмента.

Экономические основы управления товарооборотом торгового предприятия. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка. Планирование объема и структуры реализации товаров.

Нормирование и планирование товарных запасов. Планирование поступления и закупки товаров.

Управление текущими затратами на торговых предприятиях. Состав текущих затрат и факторы, влияющие на их формирование. Планирование издержек обращения.

Виды прибыли торгового предприятия и механизм ее формирования. Система управления прибылью «взаимосвязь издержек обращения, объема товарооборота и прибыли». Планирование формирования и распределения прибыли торгового предприятия.

Тема 9. Финансовый менеджмент на предприятиях торговли.

Содержание, цели и функции финансового менеджмента. Сущность финансового планирования.

Системы финансового планирования, методические подходы и методы, используемые при их разработке. Финансовый контроллинг.

Структура и содержание финансовой отчетности торгового предприятия. Агрегированный отчет о прибылях и убытках. План денежных потоков. Баланс. Экспресс-диагностика финансовых документов.

Анализ финансовой отчетности предприятия. Показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия (в т.ч. показатели прибыли, рентабельности реализации продукции, рентабельности активов, рентабельности собственного и заемного капитала) и показатели финансового положения предприятия и его платежеспособности (в т.ч. показатели ликвидности, оборачиваемости средств, платежеспособности и устойчивости финансового положения фирмы): экономический смысл и порядок их расчета.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Менеджмент торговых предприятий (Цветков М.А., Муранова Т.Д.),

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=2918>.

Иные учебно-методические материалы:

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Работу с ресурсами Интернет.
3. Подготовку к тестированию.
4. Подготовку к коллоквиуму
5. Решение задач.
6. Выполнение практических заданий.

Полные методические рекомендации по написанию бизнес-плана представлены в ФОС по дисциплине.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Коллоквиум) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. Роль микро- и макросреды организации в межфункциональном конфликте.
2. Обеспечение информационного взаимодействия и сотрудничества подразделений.
3. Роль руководителя в эффективной межфункциональной координации.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Коллоквиум) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

1. Виды и методы анализа, используемые в ходе анализа деятельности торгового предприятия.
2. Экономическая эффективность и экономический эффект.
3. Экономические показатели оценки эффективности деятельности торгового предприятия.

Критерии оценивания (оценочное средство - Коллоквиум)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
отлично	ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	ставится в случае, если ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера
хорошо	ставится в случае, если студентом допущены неточности непринципиального характера, но студент показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	ставится в случае, если студент допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы
неудовлетворительно	ставится в случае, если студент при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	ставится в случае, если студент демонстрирует полное незнание материала

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. В процессе формирования товарного ассортимента предприятиям торговли необходимо учитывать прежде всего (может быть несколько вариантов правильных ответов):

- А) тип предприятия
- Б) ассортимент товаров у поставщиков
- В) выбранную маркетинговую стратегию
- Г) планограмму предприятия

2. Широта ассортимента – это:

- А) общее количество ассортиментных групп (товарных линий) у производителя (продавца)
- Б) варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы
- В) количество товарных подгрупп

3. Полнота (насыщенность) ассортимента – это:

- А) общее количество ассортиментных групп (товарных линий) у производителя (продавца)
- Б) варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы
- В) количество товарных подгрупп

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

1 Выберите методы определения экономической эффективности стратегий торгового предприятия:

- А) метод оценки экономической эффективности;
- Б) метод оценки сильных и слабых сторон предприятия;
- В) метод оценки стоимости компании;
- Г) метод оценки конкурентов компании.

2 Выберите показатели оценки экономической эффективности стратегий торгового предприятия:

- А) показатели стоимости;
- Б) показатели рентабельности;
- В) показатели оборачиваемости;

Г) показатели качества товаров.

З К количественным параметрам экономического потенциала торговли являются:

А) объем розничного и оптового товарооборота;

Б) наличие и размер товарных запасов;

В) численность, профессионально-квалификационный состав работников;

Г) все ответы верны.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	96-100% правильных ответов
отлично	86-95% правильных ответов
очень хорошо	81-85% правильных ответов
хорошо	66-80% правильных ответов
удовлетворительно	56-65% правильных ответов
неудовлетворительно	46-55% правильных ответов
плохо	45% и меньше правильных ответов

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1 Рассчитать коэффициенты широты, насыщенности, глубины ассортимента магазина «Кристина» по аналогии с ассортиментом магазина «ГлавПродМаг».

2. Сделать выводы о количественном и качественном составе ассортимента.

3 Предложить мероприятия по управлению ассортиментом в магазине «Кристина». Отметить сопутствующие внешние факторы.

Таблица – Показатели ассортимента по товарным группам

Товарная группа	Характеристики ассортимента для магазина «Кристина»			Характеристики ассортимента для магазина «Главпродмаг»			Коэффициенты группировки ассортимента для магазина «Кристина»			Коэффициенты группировки ассортимента для магазина «Главпродмаг»		
	Широта	Полнота	Глубина	Широта	Полнота	Глубина	К _ш	К _п	К _г	К _ш	К _п	К _г
хлебобулочные изделия	5	12	28	8	15	34						
мясо и рыба	8	15	46	10	13	64						
молоко и молочная продукция	8	19	110	7	16	162						
овощи и фрукты	5	21	68	5	24	71						
вино-водочная продукция	9	38	124	9	42	120						

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных

Оценка	Критерии оценивания
	задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

В торговом предприятии «Азбука вкуса» были внесены изменения в организацию торгово-технологических процессов гастрономического отдела. После этого в отделе было проведено исследование зависимости объема продаж гусиного паштета от цены. Результаты приведены в нижеследующей таблице 1. В среднем постоянные расходы на реализацию данного товара составили 42,8 тыс. руб. в месяц, переменные расходы – 9% от товарооборота.

Цена 1 банки, руб.	Объем продаж, банок в день	Товарооборот, руб.	Σ ТН, руб.	ВД, руб.	VC, руб.	ТС, руб.	ВП, руб.
1	2	3	4	5	6	7	8
100	230						
120	190						
140	150						
160	125						
180	110						
200	90						

Примите управленческое решение о выборе цены на 1 банку гусиного паштета, если средняя цена закупки составляет 50 руб. за одну банку. Оцените эффективность выбранной стратегии, если до этого ежедневная валовая прибыль в данном отделе составляла в среднем 7800 руб.

Справка: НДС на деликатесы = 18%

5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

Торговая сеть провела полный реинжиниринг своей деятельности, для чего потребовалось вложить дополнительно 1 млн. руб. Ожидаемые финансовые результаты от деятельности торговой сети после реинжиниринга составляют: 1 год – -0,5; 2 год – -0,2; 3 год - 0,8; 4 год – 1,2; 5 год – 1,5; 6 год – 2,0 млн. руб.

Оцените эффективность вложения средств в реинжиниринг торговой сети при ставке дисконта 13%..

Критерии оценивания (оценочное средство - Задачи)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

Сеть магазинов «Дом+сад» торгует хозяйственными товарами, открывая свои точки в многолюдных спальных районах. Правда, путь к безубыточности для магазинов оказался длиннее, чем ожидалось. Чтобы его сократить, компании нужно как можно быстрее уточнить сам формат «магазин у дома» и окончательно определиться с ассортиментом.

Причину создания сети хозяйственных магазинов учредители объясняют комбинацией трех факторов: достаточные финансовые ресурсы на открытие собственной сети, перспективная ниша и знания, полученные за несколько лет работы в розничной торговле. Основные признаки формата «магазин у дома» таковы: отдельные помещения площадью 150–350 м находятся в пределах десяти минут ходьбы от дома (500–1500 м), рассчитаны на повседневный спрос на товары, необходимые в хозяйстве.

По оценкам Объединенной финансовой группы (ОФГ), объем российского рынка хозяйственных и строительных товаров «сделай сам» (DIY – do it yourself), товаров для дома, сада и огорода составляет \$9–12 млрд в год. Темпы роста этого сегмента – более 10% в год. Только по Москве и области в 2013 году таких товаров было продано на \$2,5–3 млрд. Цены в магазинах «Дом+сад» на 3–7% выше, чем у дискаунтеров. Минимальная разница по наиболее востребованным позициям, максимальная – по товарам, которые на данный момент в дискаунтерах не представлены. Таких, по словам Кудрявцева, набирается много: в дискаунтерах обычно 400–500 позиций хозтоваров, в магазинах «Дом+сад» – 4500. Типичного покупателя в компании представляют как женщину 35–55 лет. Средний чек в магазинах «Дом+сад» – немногим более 100 рублей. Посещаемость – от 300 до 400 человек в день, из которых не уходят без покупки примерно 60–70%. Все эти показатели хотя и растут, но не с той скоростью, какая была предусмотрена в бизнес-модели «Дом+сад». Первый магазин был открыт в ноябре 2013 года. На открытие новых точек и их выход на окупаемость компания отвела год. Но этого оказалось мало. По словам директора, в ноябре 2014 года ни один из 13 магазинов не вышел на прибыль. Два закрыли. Сейчас ситуация улучшилась: несколько уже вышли на безубыточность. Если в ближайшее время остальные магазины выйдут на безубыточность, то можно открыть еще 12 магазинов за этот год.

Рецепт успешного формата «магазин у дома» в компании пока еще не определили. Основной источник проблем – ассортиментная политика. Сейчас с помощью маркетинговой компании «Табер трейд» проводит для своих магазинов сразу два исследования потребителей. Первое – опрос москвичей, который поможет выявить модели и тенденции потребления (где, как, что покупают, насколько интересен формат «магазин у дома»). Второе – исследование известности непосредственно магазинов «Дом+сад» среди местных жителей в радиусе 500–1500 м. Третье исследование компания проводит собственными силами, «допрашивая» посетителей магазина на предмет их предпочтений и удовлетворенности. Изначально компания стала работать с широким ассортиментом, пошагово выясняя, какие товары продавать выгоднее. В итоге за год магазины «Дом+сад» «перелопатили» порядка 12 тыс. позиций, что стало серьезной нагрузкой на сеть. Постепенно от первоначальной идеи охватить все категории товаров отказались.

В прогнозах развития своего рынка основатели сети «Дом+сад» ориентируются также на тенденции на продуктовом рынке. Но пока конкуренция там недостаточно острая. Когда рынок насытится, потребности людей будут развиваться дальше, и дело дойдет до хозтоваров. Пока же здесь все очень аморфно. Что касается продуктов, люди в 90% случаев знают заранее, куда они за ними поедут. Основные вопросы, которые предстоит решить: по каким принципам должна строиться ассортиментная политика «магазина у дома»? Как выявить оптимальную широту ассортиментного ряда и товарные категории, экономическая эффективность от работы с которыми максимальна? Кроме того, задумавшись над форматом, компания решила изменить и название. Как выяснилось, в восприятии названия «Дом+сад» доминирует слово «сад», что несколько сбивает с толку потенциальных покупателей.

Задания:

1 Какая проблема описана в кейсе? Выделите и структурируйте.

2 Охарактеризуйте ассортимент предприятия. Сделайте выводы о его широте и глубине.

3 Опишите, каким образом в предприятии организовано управление ассортиментом. Какие достоинства и недостатки Вы можете выделить?

4 Оцените эффективность ассортимента экспертным методом.

5 Какие способы решения проблем использовало руководство предприятия? Достигли ли они своей цели и почему?

6 Какие рекомендации Вы бы предложили предприятию?

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Студент демонстрирует полные и глубокие знания теоретического материала курса, уверенно применяет полученные знания на практике, приобрёл умение быстро ориентироваться в содержании материала, понимает и умеет логично и последовательно разъяснить смысл своего ответа, доказать необходимость использования тех или иных теоретических положений, аргументированно и корректно отстаивает свою позицию, во всех случаях способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
отлично	Студент демонстрирует полные и глубокие знания теоретического материала курса, уверенно применяет полученные знания на практике, приобрёл умение быстро ориентироваться в содержании материала, понимает и умеет логично и последовательно разъяснить смысл своего ответа, доказать необходимость использования тех или иных теоретических положений, аргументированно и корректно отстаивает свою позицию, в более чем 50% случаев способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
очень хорошо	Студент демонстрирует знание теоретического материала, но применение теоретических положений на практике вызывает несущественные затруднения, связанные с аргументацией своей позиции. Обучающийся в полной мере понимает суть проблемы. Основные требования к заданию выполнены. В более чем 50% случаев способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
хорошо	Студент демонстрирует знание теоретического материала, но применение теоретических положений на практике вызывает некоторые затруднения, связанные с аргументацией своей позиции. Обучающийся в полной мере понимает суть проблемы. Основные требования к заданию выполнены. В принципе способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
удовлетворительно	Студент обладает знанием необходимого минимума теоретического материала, способен дать ответ не менее, чем на 50% поставленных заданий, но не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.

Оценка	Критерии оценивания
неудовлетворительно	Студент не обладает знанием требуемым объемом знаний теоретического материала, способен дать ответ менее, чем на 50% поставленных заданий, не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.
плохо	Студент не обладает требуемым объемом знаний теоретического материала и не может решить практическое задание.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых	При решении стандартных	Имеется минимальн	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрированы

	навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	задач не продемонстриро ваны базовые навыки. Имели место грубые ошибки	ый набор навыков для решения стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач без ошибок и недочетов	навыки при решении нестандарт ных задач без ошибок и недочетов	творческий подход к решению нестандартны х задач
--	--	---	--	---	--	---	--

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворитель но	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворите льно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-10

1. Виды учета в системе торгового менеджмента. Сущность управленческого учета и его отличие от бухгалтерского учета.
2. Современный подход к постановке управленческого учета на торговом предприятии. Автоматизация управленческого учета.
3. Особенности маркетинга торгового предприятия: 4р + 3р (ассортимент, цена, каналы продвижения, реклама, персонал, процессы, физическая среда).
4. Определение целевого сегмента и позиционирование услуг на предприятиях торговли.
5. Анализ маркетинговых стратегий охвата рынка (недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг), их отличительные черты.

6. Формирование товарного ассортимента на предприятиях торговли, его основные принципы. Характеристики ассортимента торгового предприятия.
7. Этапы и особенности процесса формирования ассортимента. Ценовые стратегии и их классификация.
8. Методы ценообразования и ценовая политика на предприятиях торговли.
9. Комплекс продвижения товара (услуги) на предприятиях торговли и оценка его эффективности.
10. Сущность конкурентоспособности торгового предприятия.
11. Факторы внешней среды, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия: покупатели, поставщики, товары-заменители, новые конкуренты, существующие конкуренты.
12. Внутриорганизационные факторы конкурентоспособности: стратегический, инновационный, торгово-технологический, кадровый, экономический, финансовый потенциалы.
13. Управление конкурентоспособностью: разработка конкурентной стратегии и ее реализация. Особенности управления конкурентоспособностью торгового предприятия. Бенчмаркинг.
14. Содержание и структура торгово-технологических процессов торгового предприятия. Основные и вспомогательные торгово-технологические процессы.
15. Классификация помещений торгового предприятия.
16. Рациональная технологическая планировка торгового зала. Этапы планирования торгового зала магазина самообслуживания, его принципы и особенности.
17. Управление процессом обслуживания покупателей на предприятиях торговли, его элементы и показатели качества обслуживания.
18. Внедрение в розничную торговлю информационных систем управления. Системы сканирования штрих-кодов.
19. Система категорийного менеджмента, ее сущность, выгоды потребителей и ритейлеров. Система «быстрый отклик» и «эффективный ответ потребителю». Обеспечение розничной безопасности.
20. Экономические основы управления товарооборотом торгового предприятия. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка. Планирование объема и структуры реализации товаров.
21. Управление текущими затратами на торговых предприятиях. Состав текущих затрат и факторы, влияющие на их формирование. Планирование издержек обращения.
22. Виды прибыли торгового предприятия и механизм ее формирования.
23. Система управления прибылью «взаимосвязь издержек обращения, объема товарооборота и прибыли». Планирование формирования и распределения прибыли торгового предприятия.
24. Содержание, цели и функции финансового менеджмента.
25. Сущность финансового планирования. Системы финансового планирования, методические подходы и методы, используемые при их разработке.
26. Финансовый контроллинг.
27. Структура и содержание финансовой отчетности торгового предприятия. Агрегированный отчет о прибылях и убытках. План денежных потоков. Баланс.
28. Экспресс-диагностика финансовых документов.
29. Анализ финансовой отчетности предприятия. Основные показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5

1. Менеджмент на предприятиях торговли как профессиональная управленческая деятельность.
2. Система управленческой деятельности, ее основные элементы: менеджер, персонал, методы и средства управления, условия, процесс и результат управления.
3. Торговое предприятие как объект управления.
4. Основные модели главной целевой функции менеджмента предприятий торговли.

5. Цели и задачи менеджмента предприятий торговли. Основные функции управления в торговом предприятии.
6. Выбор организационно-правовой формы деятельности торгового предприятия. Выбор типов магазинов, входящих в состав торгового предприятия.
7. Стратегическое планирование и стратегическое управление деятельностью торгового предприятия.
8. Общая концепция внутрифирменного планирования и ее основные принципы. Определение миссии, целей и стратегий развития предприятия. планирование деятельности торгового предприятия, их взаимосвязь.
9. Организация внутрифирменного планирования.
10. Разработка бизнес-плана торгового предприятия, его структура и содержание.
11. Понятие организации. Основные элементы и фазы жизни организации.
12. Внутренняя и внешняя среда.
13. Формальная и неформальная организация.
14. Типы организационных структур и их выбор.
15. Анализ и оценка организационной структуры торгового предприятия.
16. Требования, принципы и факторы, влияющие на построение организационных структур.
17. Сетевой принцип организационного дизайна.
18. Торговые сети: дистрибьюторская сеть, франчайзинг, аутсорсинг, виртуальные сети.
19. Распределение полномочий и ответственности в организационной структуре торгового предприятия. Централизация и децентрализация в организационных структурах.
20. Проектирование организационной структуры предприятия.
21. Оценка эффективности организационных структур.
22. Информационное обеспечение и оснащение торговых предприятий оргтехникой.
23. Особенности организации деятельности оптового, розничного и оптово-розничного торгового предприятия.
24. Специфика управления персоналом торгового предприятия. Кадровая политика торгового предприятия, ее формирование и формулирование.
25. Методы управления персоналом торгового предприятия. Управление численностью и составом персонала.
26. Планирование потребности в трудовых ресурсах. Отбор персонала в системе формирования кадрового потенциала предприятия. Управление процессом обучения и повышения квалификации кадров торгового предприятия.
27. Трудовое поведение, мотивы и стимулы. Управление стимулированием труда персонала торгового предприятия.
28. Заработная плата в структуре затрат на рабочую силу. Виды и формы оплаты труда в торговле
29. Контроль в торговле, его виды и обеспечение.
30. Проектирование систем контроля. Контроль сохранности товаров от хищений.
31. Особенности контроля результатов на предприятиях торговли. Особенности систем контроля на торговом предприятии.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых

Оценка	Критерии оценивания
	ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-10

В торговом предприятии «Азбука вкуса» были внесены изменения в организацию торгово-технологических процессов гастрономического отдела. После этого в отделе было проведено исследование зависимости объема продаж гусиного паштета от цены. Результаты приведены в нижеследующей таблице 1. В среднем постоянные расходы на реализацию данного товара составили 42,8 тыс. руб. в месяц, переменные расходы – 9% от товарооборота.

Цена 1 банки, руб.	Объем продаж, банок в день	Товарооборот, руб.	Σ ТН, руб.	ВД, руб.	VC, руб.	ТС, руб.	ВП, руб.
1	2	3	4	5	6	7	8
100	230						
120	190						
140	150						
160	125						
180	110						
200	90						

Примите управленческое решение о выборе цены на 1 банку гусиного паштета, если средняя цена закупки составляет 50 руб. за одну банку. Оцените эффективность выбранной стратегии, если до этого ежедневная валовая прибыль в данном отделе составляла в среднем 7800 руб.

Справка: НДС на деликатесы = 18%

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5

Торговая сеть провела полный реинжиниринг своей деятельности, для чего потребовалось вложить дополнительно 1 млн. руб. Ожидаемые финансовые результаты от деятельности торговой сети после реинжиниринга составляют: 1 год – -0,5; 2 год – -0,2; 3 год - 0,8; 4 год – 1,2; 5 год – 1,5; 6 год – 2,0 млн. руб.

Оцените эффективность вложения средств в реинжиниринг торговой сети при ставке дисконта 13%.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера. Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но студент показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но студент допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала.
не зачтено	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), студент дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий. Задание не выполнено, студент демонстрирует полное незнание материала.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Басовский Леонид Ефимович. Менеджмент : Учебное пособие / Тульский государственный университет. - 2. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 256 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-006401-7. - ISBN 978-5-16-102053-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=833846&idb=0>.
2. Тихомирова Ольга Геннадьевна. Менеджмент организации: теория, история, практика : Учебное пособие / Национальный исследовательский университет ИТМО. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 256 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-005014-0. - ISBN 978-5-16-110661-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834459&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Иванов Геннадий Геннадьевич. Управление торговой организацией : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2020. - 368 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-8199-0535-7. - ISBN 978-5-16-006397-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=631901&idb=0>.
2. Иванов Геннадий Геннадьевич. Экономика торговой организации : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 182 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-015076-5. - ISBN 978-5-16-107576-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837198&idb=0>.
3. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : Учебное пособие / Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 150 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05282-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875360&idb=0>.
4. Чеглов Вячеслав Петрович. Торговое дело. Экономика и управление розничными торговыми сетями : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 309 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-16-015782-5. - ISBN 978-5-16-108160-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=739980&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

13. <http://nizhstat.gks.ru/> – Нижегородский областной комитет государственной статистики
14. <https://www.nn.ru/firmy/> – Каталог организаций Нижнего Новгорода
15. www.4p.ru – Подборка журнальных статей по маркетингу
16. www.aup.ru – “Административно-управленческий портал”
17. www.cfin.ru – “Корпоративный менеджмент” (вопросы управления маркетингом)
18. www.dis.ru – Издательская группа «Дело и сервис»
19. www.expert.ru – Еженедельное издание “Эксперт” с приложениями
20. www.gks.ru - Госкомстат
21. www.gortis.ru – Практика рыночных исследований, обзоры рынков
22. www.infowave.ru – “Маркетинговые исследования и разработки”
23. www.innov.ru- «Нижегородский бизнес он-лайн»
24. www.marketing.spb.ru – «Энциклопедия маркетинга»
25. www.nn.ru – “Нижний Новгород в сетях”
26. www.poll4all.ru - Российский сайт опросов в Интернете
27. www.retail.ru – “Маркетинг в торговле” (еженедельник, “Обзор цен”)
28. www.sostav.ru – Информационно-аналитический портал по бизнесу
29. www.vedomosti.ru – Экономическая газета «Ведомости»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами, специализированным оборудованием: Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер преподавателя с возможностью подключения к сети Интернет, экран для демонстрации и

проектор, компьютеры для студентов с возможностью подключения к сети Интернет. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Цветков Максим Алексеевич, кандидат экономических наук, доцент
Муранова Татьяна Дмитриевна
Цветкова Ирина Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Рецензент(ы): Генеральный директор Торговой компании «ОПТСТАНДАРТ», к.э.н., С.В. Воробьева.

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.