

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

 А.В. Егоров

“ 16 ” 12 2021 г.

Регистрационный № УД 5001-21 уч.

ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ОТРАСЛИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-2021 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», учебных планов учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» регистр. №21ДГС-078 от 06.07.2021; 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке» регистр. №21ДГЗ-082 от 06.07.2021)

СОСТАВИТЕЛИ:

Валевич Р.П., профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;

Микулич И.М., заведующий кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Короленок Г.А., профессор-консультант кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Константинович О.В., заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №4 от 11.11.2021 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 16.12.2021)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Эффективность функционирования национальной экономики и экономическая безопасность страны в условиях интеграции и глобализации определяются эффективностью работы как отдельных субъектов хозяйствования, так и отдельных её отраслей. Одним из важнейших условий построения эффективной социально-ориентированной рыночной экономики является подготовка высококвалифицированных специалистов в различных сферах экономики, коммерции, предпринимательства и бизнеса. В современных рыночных условиях активная коммерческая деятельность является залогом успешного функционирования организаций товарных рынках и в рамках социально-потребительского комплекса, поскольку фаза производства считается завершённой только после реализации изготовленной продукции и получения денежной выручки за проданные товары. Коммерческие функции тем самым становятся постоянным объектом труда и внимания управленческих служб по всей цепочке продвижения товара – от производства до конечного потребителя товара. В связи с усилением роли коммерции в обеспечении высокой конкурентоспособности отечественных субъектов хозяйствования резко возросли требования к уровню профессиональной подготовки специалистов для осуществления коммерческих операций как внутри страны, так и во внешнеторговой деятельности. Высокое качество труда специалистов предопределяется, прежде всего, глубиной экономических знаний, необходимых им для практической деятельности.

«Введение в экономику отрасли» является учебной дисциплиной, формирующей специалиста высшей квалификации по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Цель изучения учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли» состоит в том, чтобы сформировать экономическое мышление и вооружить наряду с другими учебными дисциплинами знаниями, навыками коммерческой деятельности, научить умению эффективно использовать имеющиеся ресурсы в целях наиболее полного удовлетворения потребностей населения и общества, определять экономическую стратегию развития экономики страны, её регионов, организаций, предприятий, оценивать тенденции и закономерности их развития в конкретно складывающихся условиях и принимать эффективные решения, обеспечивающие конкурентоспособность отрасли в целом и её субъектов на потребительском рынке.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов организаций реального сектора экономики и развить у них соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные решения;
- сформировать четкое представление об особенностях механизма функционирования субъектов различных организационно-правовых форм;
- углубить знания в области методологии, логики и организации научных исследований;

- ознакомить с методами, приемами и техникой научной, исследовательской и практической работы;
- сформировать практические навыки проведения и оформления результатов исследований;
- обеспечить внедрение в практику хозяйствования новой философии делового человека.

В результате изучения учебной дисциплины обучаемый должен

знать:

- основы построения экономической и торговой политики в Республике Беларусь;
- - законодательную базу, регулирующую деятельность организаций отрасли и хозяйственный механизм их функционирования;
- - методы и методику анализа, прогнозирования, планирования показателей деятельности организации;
- - резервы и пути снижения затрат, увеличения доходов и прибыли, ускорения оборачиваемости оборотного капитала;
- - методы анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала организации;
- - пути улучшения финансового положения организации;
- - методы оценки экономической и социальной эффективности организации отрасли.

уметь:

- анализировать показатели эффективности использования оборотных средств, товарных, трудовых и финансовых ресурсов;
- - составлять отчеты об итогах хозяйственной деятельности и писать пояснительные записки по результатам анализа и прогнозирования;
- - разрабатывать план социально-экономического развития организации и его важнейшие бюджеты, бизнес-планы;
- - определять резервы и пути их вовлечения в процесс хозяйственной деятельности организаций.

Согласно образовательному стандарту высшего образования изучение учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли» способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

- УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;
- УК-5. Быть способным к саморазвитию и самосовершенствованию в профессиональной деятельности;
- УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности;
- БПК-9. Анализировать потребительский рынок и закономерности его развития, использовать имеющиеся ресурсы в целях наиболее полного удовлетворения интересов населения и общества, осуществлять предвидение и вести прогностическую оценку тенденций и процессов.

Материал, изложенный в учебной программе, формировался на основе изучения и анализа мирового опыта развития отраслей экономики и переосмысления теоретических и методологических разработок отечественных и зарубежных ученых по наиболее актуальным проблемам. Учебная дисциплина «Введение в экономику отрасли» тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Экономика отрасли», «Коммерческая деятельность», «Электронная коммерция» и др.

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение семинарских, практических и лабораторных занятий. Контроль знаний студентов осуществляется путем опросов, тестирования, решения хозяйственных ситуаций, проведения промежуточных контрольных работ, выполнения курсовой работы и сдачи экзамена. Для оценки качества самостоятельной работы студентов осуществляется контроль ее выполнения.

По специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа по учебной дисциплине «Введение в экономику отрасли» рассчитана у обучающихся:

- на ДФО всего на 108 часов, из них аудиторных занятий 50 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 26 часов; семинарских занятий – 4 часа; практических занятий – 20 часов;

-на ЗФО всего на 108 часов, из них аудиторных занятий 12 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 6 часов; семинарских занятий – 2 часа; практических занятий – 4 часа.

Форма текущей аттестации —зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Тема 1. Место и значение отрасли в системе национальной экономики

Структура национальной экономики. Роль, функции и задачи отрасли в её системе. Модель функционирования национальной экономики. Экономический рост и развитие – как результат реализации модели социально-ориентированной рыночной экономики инновационного типа. Основные черты рыночной модели хозяйствования: многообразие форм собственности, их равноправие и соревнование, трудовая основа собственности, использование рынка как главной формы координации деятельности участников общественного производства, развитие системы социальных гарантий и социальная поддержка населения, планомерность и гибкость развития.

Сфера товарного производства, товарного обращения, потребления товаров и услуг, взаимосвязь и взаимозависимость, тенденции и закономерности роста и развития. Торговля как форма обмена в сфере воспроизводственных процессов. Сфера торговли и услуг и их вклад в формирование валового и регионального внутреннего продукта, добавленной стоимости.

Понятие отрасли, принципы формирования отрасли. Основные показатели, характеризующие развитие отрасли и ее место в экономической системе. Факторы, влияющие на развитие отрасли.

Торговля как отрасль экономики. Определение границ отраслевого рынка. Необходимость, возможность и причины обособления торговли в самостоятельную отрасль национальной экономики. Характерные свойства отрасли торговля как открытой системы: упорядоченность, самоорганизация, стремление к устойчивости, цикличность развития в динамике и др. Состав торговой отрасли: розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание. Место и роль торговли в экономической жизни общества. Основные этапы развития товарного обращения и формирования торговой отрасли.

Торговля как вид предпринимательской деятельности. Понятие торговой деятельности, её двойственный характер. Субъекты и объекты торговой деятельности, их права и обязанности. Экономические связи торговли с другими отраслями экономики. Экономические границы торговой деятельности.

Экономические предпосылки и принципы устойчивого развития отрасли в современных условиях. Черты и тенденции развития отрасли. Глобализация, интеграция и их влияние на развитие компаний и торговых систем. Основные направления развития отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Показатели и тенденции, характеризующие развитие отрасли в Республике Беларусь.

Новация: понятие, задачи нововведений в деятельности. Инновации, инновационная деятельность, инновационный потенциал. Инновация как конкурентное преимущество. Функции инноваций. Классификации инноваций. Жизненный цикл инноваций. Факторы, определяющие особенности формирования и развития инновационного потенциала. Специфические

особенности инновационного процесса. Инновационные технологии, используемые в отечественной и международной практике. Роль инновационных преобразований в развитии отрасли.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ И СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Тема 2. Социально-потребительский комплекс: принципы формирования и направления развития

Экономическая система и подсистемы общества: социально-экономическая; природно-экономическая; демографическая; технико-экономическая. Результат экономической системы и условия для её развития. Структура социально-экономической системы и её элементы.

Экономическая среда, её субъекты и объекты. Основные факторы экономической среды. Внешняя и внутренняя среда, их основные элементы и свойства. Макро- и микросреда функционирования субъектов рынка. Факторы прямого и косвенного воздействия, оценка силы их влияния. Факторы и условия, определяющие устойчивость субъекта хозяйствования

Понятие социально-потребительского комплекса. Состав отраслей, его образующих. Задачи, решаемые потребительским комплексом. Производственный элемент комплекса. Социально-культурный и социально-бытовой элементы комплекса. Взаимосвязи в социально-потребительском комплексе. Особенности в деятельности структур потребительского комплекса. Критерии эффективности функционирования социально-потребительского комплекса.

Рынок потребительских товаров и услуг: сущность, роль и задачи, структура, элементы, функции и свойства, способы взаимодействия. Взаимосвязь с потребительским комплексом и особенности функционирования в современных условиях хозяйствования. Специфические признаки рынка потребительских товаров и услуг. Регуляторы рынка. Показатели эффективности механизма функционирования потребительского рынка. Роль государства в обеспечении стабильности развития рынка потребительских товаров и услуг.

Закономерности и тенденции развития рынка потребительских товаров и услуг. Состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг. Влияние интеграционных объединений на рынок потребительских товаров и услуг Республики Беларусь.

Субъекты и объекты потребительского рынка, механизм их взаимодействия. Факторы, способствующие установлению эффективных отношений между субъектами рынка: ориентация на потребителя, общие цели позиционирования, участие в принятии решений, доверие, честность, надёжность, обмен информацией, координация, последовательность действий, выполнение договоров в установленные сроки и качественно, справедливое распределение прибыли, своевременное проведение платежей, планирование запасов. Парадоксы потребительского рынка.

Механизм взаимодействия субъектов рынка потребительских товаров и услуг и их модификация.

Методы исследования состояния потребительского рынка. Емкость рынка и методы её измерения. Общие и специфические показатели оценки ёмкости рынка. Информационная база оценки ёмкости рынка. Тенденции изменения ёмкости рынка. Оценка ёмкости интернет-торговли.

Направления и факторы трансформации торговых процессов на современном этапе развития.

Конъюнктура как экономическая категория. Конъюнктурообразующие факторы. Мониторинг рынка: цели, задачи, организация, методы его исследования и прогнозирования. Система понятий и показателей, используемых для изучения рыночной ситуации. Источники и виды информации, необходимые для изучения конъюнктуры рынка и способы её получения.

Конъюнктурный обзор. Структура конъюнктурного обзора и методика его разработки. Особенности исследования и прогнозирования потребительского рынка. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка. Использование результатов мониторинга рынка в деятельности торговой организации.

Тема 3. Покупательский спрос: формы проявления, механизм формирования и учёта в деятельности организаций

Потребности – исходная предпосылка формирования рынка потребительских товаров и услуг. Диалектика развития потребностей. Покупательский спрос – как форма проявления потребностей и условие развития потребительского рынка. Факторы, определяющие объём, структуру и динамику развития спроса. Социальные нормативы как система основополагающих условий развития покупательского спроса. Минимальный потребительский бюджет, потребительская корзина, минимальная заработная плата. Показатели, используемые для оценки тенденций развития покупательского спроса. Основные тенденции изменения спроса.

Поведение потребителей и его влияние на тенденции изменения покупательского спроса. Особенности проявления спроса отечественных потребителей.

Эластичность и её виды. Эластичность спроса от цены и доходов. Факторы, влияющие на эластичность спроса.

Закономерности и тенденции, характеризующие процесс развития потребительского спроса. Прогнозирование спроса как элемент экономической системы. Информационное обеспечение прогнозирования спроса. Этапы прогнозирования спроса. Баланс денежных доходов и расходов населения – важнейший источник получения информации и результат прогнозирования покупательского спроса, объема и структуры. Методы прогнозирования потребительского спроса и учёт результатов прогноза в деятельности организации.

Тема 4. Предложение и формирование товарных ресурсов

Товарное предложение как экономическая категория и составной элемент рынка. Взаимосвязь товарного предложения и спроса потребителей. Экономический механизм взаимодействия торговли и производства. Особенности и источники формирования товарных ресурсов. Структура товарных ресурсов. Современный механизм, задачи и методы управления товарными ресурсами. Факторы, определяющие объем и структуру товарных ресурсов, и степень их соответствия покупательскому спросу. Прогнозирование как элемент системы управления товарными ресурсами. Баланс формирования и использования товарных ресурсов, методы его разработки. Балансы спроса и предложения. Основные тенденции изменения спроса и предложения на рынке потребительских товаров и услуг.

Тема 5. Конкурентная среда на потребительском рынке

Рыночная конкуренция как форма борьбы организации за ограниченный платежеспособный спрос потребителей и потребителя за получение продукции и услуг общественного питания на наиболее выгодных условиях. Конкуренция на рынке. Методы конкурентной борьбы. Силы конкуренции, действующие на рынке.

Конкурентная среда на отраслевом рынке: институциональная структура, пространственная организация, организационно-правовые формы субъектов хозяйствования, методы государственного регулирования отрасли. Структура механизма формирования конкурентной среды; наличие конкурентного потенциала, конкурентного климата и инвестиционная привлекательность. Предпосылки развития конкурентной среды.

Факторы, влияющие на формирование конкурентного потенциала отрасли и организаций: институциональные, экономические, социальные.

Формирование конкурентных условий развития отрасли. Подходы к оценке конкурентоспособности.

РАЗДЕЛ 3. МЕХАНИЗМ И УСЛОВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Тема 6. Организация как субъект хозяйствования и бизнес - структура

Организация как субъект хозяйствования и как система. Организация: понятие, характерные признаки и принципы функционирования. Организация как первичный элемент потребительского рынка. Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы среды прямого и косвенного воздействия.

Основные признаки (черты) организации: организационное единство, экономическая обособленность, экономическая самостоятельность,

хозяйственно-оперативная самостоятельность, обособленное имущество, ответственность за результаты хозяйствования, единоначалие, участие в хозяйственном обороте от собственного имени, наличие статуса юридического лица, соблюдение законности и легитимности деятельности.

Функции и принципы функционирования организаций.

Классификация организаций. Организационно-правовые формы организаций торговли. Типы организаций, факторы их определяющие. Собственность и формы хозяйствования.

Структура организации. Процессы, осуществляемые в организациях: учёт, статистика, анализ, стратегическое и оперативное планирование, мотивация, принятие решений, их реализация и контроль исполнения, регулирование, нормирование и координация во времени и пространстве, диспетчеризация, ресурсообеспечение, маршрутизация предметов труда, организация труда и обслуживания, выявление резервов развития.

Философия, этика и принципы хозяйственной деятельности организаций: удовлетворять потребности потребителя в товарах, продукции, услугах; способность развивать свой рынок; соблюдение интересов общества; соответствие принимаемых решений этике и хозяйствования, принятым (используемым) национальной экономикой; способность сотрудников развивать свои способности в рамках

Рыночная модель функционирования организации: преобразование ресурсов, оптимизация затрат и результатов, учёт требований социальной и природной среды, маркетинг на входе и выходе, количественные и качественные показатели деятельности. Движущие интересы, мотивы, цели и стимулы развития национальной экономики, деятельности организаций, собственников, учредителей, работников, потребителей, контрагентов и механизм их соблюдения. Факторы коммерческого успеха и позитивного имиджа организации. Экономические границы развития организаций. Жизненный цикл объекта, установленная норма прибыли, наличие (отсутствие) спроса на продукцию и услуги, уровень конкуренции, отсутствие новых идей, ограниченность ресурсов.

Стратегии и концепции развития организации и факторы, обуславливающие их реализацию. Особенности регионального размещения организации.

Объекты и субъекты торговли. Соотношение понятий: организация, предприятие, фирма. Торговая организация: понятие, характерные признаки и принципы функционирования. Торговая организация как социально-экономическая система, её особенности, элементы и основные черты. Торговая организация и инновационная активность. Современные форматы в торговле и перспективы их развития.

Тема 7. Хозяйственный механизм функционирования отрасли

Экономические интересы субъектов рынка: сущность, виды и сферы проявления. Противоречивость экономических интересов и условия достижения баланса. Принципы построения и реализации механизма взаимодействия

субъектов на рынке. Показатели и оценка степени достижения экономических интересов субъектами рынка. Факторы, определяющие поведение хозяйствующих субъектов на рынке и возможности соблюдения баланса их экономических интересов.

Теоретико-методологические основы формирования и развития механизма взаимодействия и поведения субъектов на рынке. Экономический механизм взаимодействия субъектов рынка.

Ограниченность ресурсов и проблема выбора как экономическая предпосылка формирования хозяйственного механизма.

Понятие хозяйственного механизма и его сущностные характеристики. Типы хозяйственного механизма: теоретический, нормативный, реальный. Требования, предъявляемые к механизму хозяйствования: ориентация всех структурных звеньев хозяйственного механизма на достижение высоких конечных результатов с минимально допустимыми затратами; обеспечение самостоятельности и самоокупаемости каждой структурной единицы и подразделения торговых организаций; использование новых научных подходов и разработок в практике экономического хозяйствования (система сбалансированных показателей, распределение затрат и результатов по центрам ответственности; бизнес-планирование, бюджетирование и др.), ориентация всех звеньев хозяйственного механизма на удовлетворение потребностей населения и хозяйствующих субъектов; сочетание личных и общественных интересов; соблюдение экономических интересов участников торгово-производственного процесса; соблюдение принципа равенства всех субъектов хозяйствования; научная обоснованность методов хозяйствования; комплексность взаимосвязей, обеспечивающая его целостность, непрерывность функционирования, наличие прямых и обратных связей между элементами механизма, гибкость, способность к оперативным изменениям форм и методов хозяйствования при изменениях внутренней и внешней среды хозяйствования.

Базовые принципы рыночного механизма организации: экономичность, прибыльность, финансовая устойчивость, ориентированность на потребителя, возрастание рыночной стоимости организации (объектов бизнеса).

Структура хозяйственного механизма: прогнозирование и планирование, хозрасчётные отношения, экономические стимулы, организационная структура управления.

Экономическая сущность планирования и прогнозирования, отличие понятий. Виды планов: стратегические, тактические, оперативные, планы развития, планы-программы, бизнес-планы, плановые бюджеты и др. Цели, задачи, принципы, объекты, этапы, методы прогнозирования и планирования. Сочетание краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных горизонтов планирования. Предпосылки и информационная база для составления планов деятельности торговой организации. Нормативы и ограничения, учитываемые при составлении планов. Критерии выбора наилучшего варианта плана из имеющихся альтернатив. Процесс выработки плановых заданий.

Экономический анализ и его роль в прогнозировании и планировании торгово-производственной деятельности. Цели, задачи, приёмы и методы

экономического анализа. Система показателей, используемых при проведении анализа. Способы анализа. Факторный анализ. Использование экономико-математических методов анализа. Документальное оформление результатов анализа.

Организация хозрасчётных отношений, основанная на принципах самокупаемости и самофинансирования. Принципы хозрасчётных отношений в торговых организациях и с контрагентами. Методы сочетания полного и внутреннего хозрасчёта. Прибыль как конечный результат деятельности. Материальная ответственность за результаты использования ресурсного потенциала организации.

Экономические стимулы – важнейший элемент хозяйственного механизма. Виды и разнообразие экономических рычагов и стимулов: оплата труда, торговые надбавки, наценки, цены, налоги, методы и направления распределения и использования прибыли.

Организационная структура управления как форма и метод разделения труда по принятию и реализации управленческих решений в целях соблюдения принципов хозяйственного механизма и развития организации.

Тема 8. Механизм взаимодействия государства с субъектами рынка

Система рыночной саморегуляции деятельности хозяйствующих субъектов, достижения и проблемы. Роль государства в разрешении проблем рынка. Государственное регулирование развития торговли и деятельности субъектов отрасли. Основные направления, принципы и методы государственного регулирования торговли.

Сфера интересов государства: социальная защита, защита окружающей среды, защита прав и свобод граждан, защита демократии, защита информации, защита потребителей, соблюдение законов конкуренции. Нормативно-правовые документы, регулирующие процесс взаимоотношений организаций и государства.

Методы и инструменты реализации экономической политики государства на рынке потребительских товаров и услуг. Роль государства в обеспечении стабильности его развития.

Формы прямого воздействия государства на деятельность организаций: государственная регистрация, государственный контроль за размещением, соблюдение стандартов качества, результатов деятельности, трудового и социального законодательства, государственный контроль, контроль за ценами, контроль экологической и санитарной безопасности, обязательное соблюдение государственных требований к бухгалтерскому отчёту и отчётности.

Методы косвенного регулирования деятельности организаций: размещение госзаказов с гарантированным материально-техническим обеспечением, политика регулирования доходов, бюджетно-налоговая политика, финансово-кредитная политика, политика социальных гарантий, стимулирование развития предприятий малого и среднего бизнеса,

стимулирование инвестиционной и инновационной деятельности, регулирование экспортных и импортных операций.

Государственно-частное партнёрство. Принципы согласования интересов корпоративного и государственного характера. Социальная ответственность бизнеса и её элементы. Механизм реализации социальной ответственности в отрасли. Система социальных стандартов, программ развития отрасли и потребительского рынка в Республике Беларусь.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Введение в экономику отрасли»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество Часов УСР			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Раздел 1. Экономические основы развития отрасли								
1.	Место и значение отрасли в системе национальной экономики	2	-	2	-	-	-	[10,11]	Опрос, дискуссия, тест
	Раздел 2. Экономическая среда функционирования отрасли и субъектов хозяйствования								
2.	Социально-потребительский комплекс: принципы формирования и направления развития	2	-	2				[16,17]	Опрос, дискуссия, тест
3.	Покупательский спрос: формы проявления, механизм формирования и учета в деятельности организаций	4	4					[6, 17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций ОКР 2
4.	Предложение и формирование товарных ресурсов	4	2					[6,17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций ОКР 3

5.	Конкурентная среда на потребительском рынке	4	4					[6,17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций ОКР 4
Раздел 3. Экономический потенциал и экономические ресурсы как основа развития отрасли									
6.	Организация как субъект хозяйствования и бизнес-структура	2	4					[10-12, 19]	Опрос, дискуссия, тест
7.	Хозяйственный механизм функционирования отрасли	4	2					[1,10-12,14,15, 17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций ОКР 1
8.	Механизм взаимодействия государства с субъектами рынка	4	4					[7,8, 10-12, 17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций ОКР 2
Итого		26	20	4	-	-	-		Зачет

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Введение в экономику отрасли»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(заочная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество Часов УСР			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Раздел 1. Экономические основы развития отрасли								
1.	Место и значение отрасли в системе национальной экономики	2	-	1	-	-	-	[10,11]	Опрос, дискуссия, тест
	Раздел 2. Экономическая среда функционирования отрасли и субъектов хозяйствования								
2.	Социально-потребительский комплекс: принципы формирования и направления развития	2	-	1				[16,17]	Опрос, дискуссия, тест
3.	Покупательский спрос: формы проявления, механизм формирования и учета в деятельности организаций	4	1					[6, 17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций
4.	Предложение и формирование товарных ресурсов	4	1					[6,17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций

5.	Конкурентная среда на потребительском рынке	4	2					[6,17-19]	Опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций
Раздел 3. Экономический потенциал и экономические ресурсы как основа развития отрасли									
6.	Организация как субъект хозяйствования и бизнес-структура	2	-					[10-12, 19]	Индивидуальные задания
7.	Хозяйственный механизм функционирования отрасли	4	-					[1,10-12,14,15, 17-19]	Индивидуальные задания
8.	Механизм взаимодействия государства с субъектами рынка	4	-					[7,8, 10-12, 17-19]	Индивидуальные задания
Итого		6	4	2	-	-	-		Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Введение в экономику отрасли»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы обучающегося являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (коллоквиумы, контрольные работы, доклады на семинарских занятиях, тесты, эссе, рефераты и т.п.);
- работа над выполнением индивидуального задания;
- подготовка к зачету.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. Указ. Президента Республики Беларусь от 18 января 2019 г. № 27 «Об оплате труда работников бюджетных организаций».
2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-3 // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126) – новая редакция <N11400128>.
3. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-3 (изменения и дополнения от 4 января 2014 г. № 106-3) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, от 29.10.2015 N 313-3.) <N11400106>.
4. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г. № 98-3// (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <N11800098>.
5. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: Утв. Постановлением Министерства финансов РБ и Министерства экономики РБ от 27.12.2011 г. №140/206 (в ред. от 04.10.2017).
6. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утв. Постановлением Министерства финансов РБ 30.09.2011 №102 (в редакции Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 22 декабря 2018 г. № 74 (зарегистрировано в Национальном реестре - № 8/33714 от 29.12.2018 г.) <W21833714>).
7. Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств: Утв. Постановлением Министерства финансов РБ от 30.04.2012 г. №26 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 N 11).
8. Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов: постановлением Минэкономики, Минфина и Минстройархитектуры от 27.02.2009 № 37/18/6 (в ред .19.12.2019.№ 25/79/70).
9. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Совета Министров РБ от 12.12.2011 г. №1672 в ред. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 января 2016 г. № 48 Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 28.01.2016, 5/41599) <C21600048>.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

10. Афанасеко, И.Д. Торговое дело : для бакалавров и магистров: учебник / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – СПб : Питер, 2015 . – 381 с.

11. Экономика торговли : учеб. пособие. В 2 ч. Ч.1 / А. З. Коробкин [и др.]; под ред. А. З. Коробкина. – Минск : Вышэйшая школа, 2020. – 271 с.

12. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р.И.Шакланова, В.В.Юсова . – М.: Издательство Юрайт, 2016 – 468 с.

Дополнительная:

13. Агафонова, М. Н. Экономический анализ в оптовой и розничной торговле и документооборот / М. Н. Агафонова. – М. : ГроссМедиа, 2018.

14. Ветлужских, Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методика. Практика / Е. Ветлужских. - М.: Альпина Паблишер, 2018 . – 149 с.

15. Ветлужских, Е. Система вознаграждения. Как разработать цели и KPI / Е. Ветлужских. - М.: Альпина Паблишер, 2018 . – 218 с.

16. Марр, Б Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер/ Б. Марр. - М.: Бином, 2018 . – 344 с.

17. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Т.Н. Парамонова, И.Н.Красюк - М.: КноРус, 2015. – 120 с.

18. Прыгун, И.В. Экономика торговой организации : лабораторный практикум / И.В.Прыгун, С.И Кабушкина. – Минск: БГЭУ, 2017. – 178 с.

19. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В.Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2017 . – 608с.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

Устная форма диагностики:

- 1.Собеседования.
- 2.Доклады на семинарских занятиях.
- 3.Доклады на конференциях.
- 4.Устные зачеты.
- 5.Устные экзамены.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

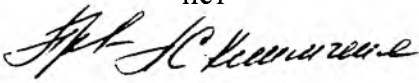
Письменная форма диагностики:

- 1.Тесты.
- 2.Контрольные опросы.
- 3.Контрольные работы.
- 4.Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
- 5.Рефераты.
- 6.Отчеты по научно-исследовательской работе.
- 7.Письменные зачеты.
- 8.Письменные экзамены.
- 9.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 10.Оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная форма диагностики:

- 1.Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
- 3.Зачеты.
- 4.Экзамены.
- 5.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Коммерческая деятельность	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	нет 	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол №4 от 11.11.2021 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 202_/202_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол №__ от __.__.202_ г.)

Заведующий кафедрой
канд.экон.наук, доцент _____ И.М. Микулич

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд.экон.наук, доцент _____ А.И. Ерчак