

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна  
Должность: проректор по учебной работе  
Дата подписания: 28.01.2021 16:16:34  
Уникальный программный ключ:  
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра товароведения, технологии и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
О.Г. Локтионова  
« 31 » 01 2021 г.  
(ЮЗГУ)



**УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ СИСТЕМАМИ**

Методические указания для самостоятельной работы  
для студентов направления подготовки  
38.04.07 «Товароведение»

Курск 2017

УДК 658.1.

Составитель О.В. Евдокимова

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент Э.А. Пьяникова

**Управление товарными системами:** методические указания  
для самостоятельной работы /Юго-Зап. гос. ун-т; сост. О.В.  
Евдокимова. Курск, 2017. 22с.: Библиогр.: с.19.

Включают содержание тем по дисциплине «Управление товарными  
системами», а также перечень вопросов по каждой теме, на которые студент  
должен подготовить самостоятельные ответы.

Предназначены для студентов направления подготовки 38.04.07  
«Товароведение» очной и заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 5.05.17. Формат 60x84 1/16.  
Усл.печ.л. 1,3 . Уч.- изд. л. 1,2 . Тираж 50 экз. Заказ 945  
.Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

## Содержание

Введение.....	5
Тема 1. Торговое предприятие как основной хозяйствующий субъект отрасли.....	6
Тема 2. Розничная торговая сеть.....	8
Тема 3. Оперативные процессы в магазине.....	9
Тема 4. Формирование и размещение ассортимента товаров в торговых предприятиях.....	10
Тема 5. Организация торговых процессов при розничной продаже товаров.....	10
Тема 6. Управление процессом обслуживания покупателей.....	11
Тема 7. Организация сервисного обслуживания на предприятиях	12
Тема 8. Организация торговых процессов при оптовой продаже товаров.....	13
Тема 9. Защита прав потребителей и основные правила розничной торговли.....	14
Список литературы.....	17

## **Введение**

Организация самостоятельной работы студентов по дисциплине «Управление товарными системами» предусматривает изучение теоретического материала в соответствии с приведенными в методических указаниях разделами и темами. В соответствии с учебным планом общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа), в том числе на самостоятельную работу студентов отводится 58 часов.

В методических указаниях приводится содержание тем по данной дисциплине, а также перечень контрольных вопросов, на которые студент должен дать ответы, то есть провести самостоятельный контроль знаний, сопоставив ответы с теоретическими данными, приведенными в рекомендуемой литературе, а также в конспектах лекций.

Часть контрольных вопросов включена в тесты для контроля знаний студентов преподавателем. Предложенные варианты контрольных вопросов могут быть использованы при проведении практических занятий, касающихся данной темы.

## ТЕМА 1. ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК ОСНОВНОЙ ХОЗЯЙСТВУЮЩИЙ СУБЪЕКТ ОТРАСЛИ

Выберите правильный вариант ответа.

1. В какой организационно-правовой форме создаются коммерческие предприятия?

- а) полного товарищества;
- б) коммандитного товарищества;
- в) государственного предприятия;
- г) все ответы правильные.

2. Какие организации (предприятия) относятся к коммерческим?

- а) государственные унитарные предприятия;
- б) общественные организации;
- в) религиозные организации;
- г) фонды.

3. В какой организационно-правовой форме могут находиться коммерческие предприятия?

- а) хозяйственных товариществ;
- б) хозяйственных обществ;
- в) унитарных предприятий;
- г) все ответы правильные.

4. Имущество какого предприятия не может быть разделено по вкладам (паям, долям)?

- а) имущество унитарного предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения;
- б) имущество унитарного предприятия, основанного на праве оперативного управления;
- в) имущество кооператива;
- г) акционерного общества.

5. В какой организационно-правовой форме могут создаваться хозяйственные товарищества?

- а) производственного кооператива;
- б) коммандитного товарищества;
- в) общества с ограниченной ответственностью;
- г) муниципального унитарного предприятия.

6. В какой организационно-правовой форме могут создаваться хозяйственные общества?

- а) полного товарищества;
- б) коммандитного товарищества;

- в) общества с ограниченной ответственностью;
- г) малого предприятия.

7. Какие права имеет вкладчик в командитном товариществе?

- а) получать прибыль, причитающуюся на его долю;
- б) знакомиться с балансами и годовыми отчетами;
- в) передать свою долю в уставном капитале третьему лицу (не члену командитного товарищества);
- г) все ответы правильные.

8. Особенности унитарного предприятия:

- а) несет ответственность по обязательствам собственника имущества;
- б) имущество не может быть распределено по долям (паям);
- в) не отвечает по своим обязательствам;
- г) руководитель предприятия избирается коллективом.

9. Какой риск несут участники предприятия, имеющего статус общества с ограниченной ответственностью?

- а) несут риск убытков в полном объеме суммы капитала;
- б) не несут никакого риска убытков;
- в) несут риск убытков, связанный с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

10. Какую ответственность несет участник ООО по обязательствам общества?

- а) несет солидарную ответственность;
- б) отвечает лично принадлежащим ему имуществом;
- в) несет ответственность в пределах внесенного пая в капитал;
- г) несет ответственность только в размерах уставного фонда на момент образования ООО.

11. Может ли предприятие, имеющее статус общества с ограниченной ответственностью, быть преобразовано в акционерное общество?

- а) да; б) нет.

12. Акционерное общество несет ответственность

- а) по своим обязательствам всем имуществом;
- б) по своим обязательствам своих акционеров;
- в) в пределах уставного капитала АО;
- г) несет солидарную ответственность.

13. Какой коммерческий риск несут акционеры акционерного общества?

- а) акционеры несут риск убытков, обусловленный деятельностью предприятия, в пределах стоимости принадлежащих им акций;
- б) акционеры несут риск убытков, обусловленный деятельностью

предприятия, в пределах дохода предприятия.

14. В чем отличие ООО от акционерного общества?

а) может создаваться совет директоров;

б) на общем собрании участников голос пропорционален доле вклада в уставный фонд;

в) может создаваться наблюдательный совет;

г) может создаваться ревизионная комиссия.

## **ТЕМА 2. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВАЯ СЕТЬ**

1. Дайте определение розничной торговли.

2. Перечислите виды розничной торговли.

3. С помощью каких торговых структур осуществляется процесс розничной торговли?

4. Перечислите функции розничной торговли.

5. Что такое торговая сеть, розничная торговая сеть?

6. Перечислите функции розничной торговой сети.

7. Как подразделяется по видам розничная торговая сеть с учетом особенностей торгового обслуживания населения?

8. Какие торговые объекты относятся к стационарной торговой сети, нестационарной розничной торговой сети?

9. Какими показателями характеризуется структура розничной торговой сети?

10. Какие факторы оказывают влияние на размещение магазинов?

11. На каких общих принципах базируется система размещения розничной торговой сети в городах?

12. Дайте характеристику основным видам предприятий розничной торговли.

13. Что такое тип предприятия розничной торговли?

14. Перечислите основные признаки, характеризующие типы универсальных магазинов.

15. Перечислите основные признаки, характеризующие типы неспециализированных непродовольственных магазинов.

16. На конкретных примерах розничных торговых предприятий определите их тип и вид.

17. Какие факторы необходимо учесть при строительстве нового торгового комплекса, чтобы сделать это торговое предприятие популярным у потребителей?

18. Каковы преимущества и недостатки различных методов размещения магазинов на территории населенных пунктов? Где, по вашему мнению, лучше всего разместить гипермаркет, минимаркет, ювелирный магазин, булочную?

19. Почему при размещении специализированных магазинов предпочтительны вторые-третьи этажи здания?

20. Как вы построите работу крупного магазина спортивных товаров, расположенного в спальном районе, чтобы лишить конкурента, торгующего аналогичными товарами, но в торговом центре, чтобы лишить его преимущества в размещении?

### ТЕМА 3. ОПЕРАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В МАГАЗИНЕ

1. На какие виды подразделяются процессы, совершаемые в торговле, по характеру выполняемых функций?

2. Какие процессы относятся к коммерческим?

3. Что представляют собой технологические процессы?

4. Что входит в понятие «оперативные процессы» розничных торговых предприятий?

5. Что такое торгово-технологический процесс в торговле?

6. На какие основные части можно разделить торгово-технологический процесс в магазине?

7. Что понимают под выкладкой товаров? Перечислите основные правила выкладки товаров.

8. Какие факторы следует учитывать при размещении товаров в торговом зале?

9. Сущность мерчандайзинга. Главная цель мерчандайзинга?

10. Дайте характеристику трем уровням мерчандайзинга.

9. Почему выкладка товаров является особым инструментом целей мерчандайзинга? Ответ поясните.

10. В чем состоит сущность мерчандайзингового подхода к выкладке товаров?

11. Дайте характеристику трем типам выкладки товаров.

12. Перечислите основные элементы процесса продажи товаров.

13. Охарактеризуйте условия выполнения элементов продажи товаров.

14. Какие мероприятия должен осуществить торговый персонал магазина, чтобы увеличить количество запланированных или импульсивных покупок? Поясните.

15. Расположите следующие факторы по степени значимости для вас как покупателя при приобретении различных товаров: знание и опыт, доверие покупателя, знание психологии потребителя, приспособляемость.

#### **ТЕМА 4. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗМЕЩЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

1. Дайте определение понятию «ассортимент товаров».
2. Укажите значение ассортимента с экономической точки зрения, социально-экономической точки зрения, в широком и узком смысле.
3. Что такое промышленный ассортимент?
4. Что такое торговый ассортимент товаров?
5. Перечислите основные характеристики ассортимента.
6. Из каких двух частей должен состоять ассортимент любого торгового предприятия?
7. Как рассчитываются коэффициенты полноты и устойчивости (стабильности) ассортимента?
8. Что понимают под формированием ассортимента?
9. С учетом каких принципов должно проводиться формирование ассортимента в торговом предприятии?
10. Какие факторы следует учитывать при формировании ассортимента товаров в розничном торговом предприятии?
11. Перечислите основные этапы формирования ассортимента в розничной торговле.
12. Что такое «товарный классификатор»?
13. Перечислите три основных уровня деления товарного классификатора.
14. Как соотносятся цели магазина, роли категорий и товаров внутри категории?
15. Дайте определение ассортиментной матрице.
16. Дайте определение товарно-ассортиментной политике оптового предприятия.
17. Перечислите основные направления формирования ассортимента в оптовой торговле.
18. Из каких этапов состоит процедура образования товарно-ассортиментной политики оптового предприятия?

#### **ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ**

1. Какие формы продажи используются при реализации товаров?
2. Какие формы продажи наиболее целесообразно использовать при реализации продовольственных товаров повседневного спроса? Ответ поясните.
3. Какие методы используют при продаже товаров на торговом объекте?
4. Какие методы продажи товаров относят к прогрессивным, а какие к



традиционным?

5. Что входит в понятие торговых услуг, предлагаемых магазином?
6. Как классифицируются услуги торговли по функциональному назначению?
7. Перечислите основные этапы процесса услуги реализации товаров.
8. Что относится к услугам по оказанию помощи при совершении покупки и при ее использовании?
9. Какие услуги относятся к информационно-консультационным?
10. Что включается в услуги по созданию удобств покупателям?
11. Какие услуги безвозмездного характера торговое предприятие обязано оказывать?
12. Перечислите возмездные дополнительные услуги, которые торговое предприятие может оказывать покупателям.
13. Каким требованиям должны отвечать услуги торговли?
14. Что относится к внемагазинным формам продажи товаров?
15. Перечислите основные недостатки и преимущества внемагазинной торговли.
16. Что такое прямой маркетинг? Перечислите основные подгруппы прямого маркетинга.
17. В чем состоит сущность прямых продаж?
18. Охарактеризуйте составную часть прямых продаж – сетевой маркетинг.
19. Что такое торговый автомат?
20. Перечислите основные преимущества и недостатки вендинга.

## **ТЕМА 6. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ**

1. Охарактеризуйте основные элементы, определяющие уровень обслуживания покупателей в магазине
2. Перечислите основные показатели, характеризующие наличие в магазине широкого и устойчивого ассортимента.
3. Какие основные показатели характеризуют один из элементов, определяющий уровень обслуживания покупателей в магазине, - применение в магазине прогрессивных методов продажи товаров?
4. Какие основные показатели характеризуют один из элементов, определяющий уровень обслуживания покупателей в магазине, - предоставление покупателям дополнительных торговых услуг?

5. Перечислите основные показатели, характеризующие широкое использование средств внутримагазинной рекламы и информации.

6. Какие основные показатели характеризуют один из элементов, определяющий уровень обслуживания покупателей в магазине, - профессиональную квалификацию персонала?

7. Какие основные показатели характеризуют один из элементов, определяющий уровень обслуживания покупателей в магазине, - соблюдение установленных правил продажи товаров и порядка осуществления торговли в магазине?

8. Какую роль выполняет внутримагазинная реклама?

9. Основная цель внутримагазинной рекламы?

10. Дайте характеристику основных средств внутримагазинной рекламы.

11. Какую основную роль выполняет внутримагазинная информация?

12. Перечислите и охарактеризуйте основные виды внутримагазинной информации.

13. Какими показателями можно охарактеризовать качество торгового обслуживания?

14. В чем состоит основное назначение демонстрационных конструкций и приспособлений?

15. Какая составляющая рекламы в магазине позволяет покупателям сделать осознанный выбор?

## **ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

1. Что такое «сервис», «сервисная деятельность»?

2. Что является результатом сервисной деятельности?

3. Перечислите основные цели и задачи сервисной деятельности.

4. Охарактеризуйте основные принципы сервисной деятельности.

5. В чем заключается значение сервиса как относительно самостоятельной деятельности для предприятия?

6. Перечислите основные виды сервиса. Какие из них оказываются за определенную плату, какие – бесплатно?

7. Дайте характеристику основным типам послепродажного обслуживания.

8. Что такое «стандарты обслуживания»?

9. Какими способами может быть организован сервис? Какие факторы

вливают на это?

10. Что такое «уровень сервиса»?
11. Какие категории уровня сервиса выделяют?
12. Какие методы (способы) используются для оценки качества сервиса?
13. Хороший сервис, предлагаемый покупателям магазина, - достаточно дорогое удовольствие. Имеют ли какое-нибудь преимущество в предоставлении сервисных услуг магазины, входящие в систему цепных? Ответ поясните.
14. Как эффективная стратегия обслуживания покупателей позволяет сократить издержки торгового предприятия?

## **ТЕМА 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ОПТОВОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ**

1. Что представляет собой оптовая торговля по экономической сущности, по материальному содержанию?
2. Перечислите основные функции, выполняемые оптовой торговлей.
3. Как подразделяются функции оптовой торговли?
4. Перечислите основные цели развития оптовой торговли в рыночной экономике.
5. Какие критерии положены в основу типологического разнообразия оптовых предприятий?
6. Какие типы оптовых предприятий выделяют?
7. Назовите основную цель оптовых предприятий общенационального (федерального) уровня.
8. В чем заключается основная цель оптовых предприятий регионального уровня?
9. Перечислите основные виды оптовых организаций и предприятий.
10. Охарактеризуйте методы оптовой продажи товаров.
11. Дайте определение «услуги оптовой торговли»?
12. В чем состоит основное назначение услуг оптовой торговли?
13. Что относится к основной услуге оптовой торговли?
14. Какие услуги оптовой торговли относятся к дополнительным?
15. Перечислите и охарактеризуйте предреализационные дополнительные услуги оптовой торговли.
16. Какие услуги относятся к послереализационным? Охарактеризуйте их.
17. По каким классификационным признакам различаются услуги

оптовой торговли?

## **ТЕМА 9. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

1. Какие права имеет потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества?

2. Каков порядок предъявления и удовлетворения требований потребителя, приобретшего товар с недостатками?

3. Что является основанием для предъявления потребителем претензий из-за ненадлежащего качества товара?

4. Каковы сроки предъявления покупателем претензий по поводу недостатков, обнаруженных в купленных товарах?

5. Как исчисляется гарантийный срок товара или срок его службы?

6. Каковы сроки устранения недостатков, обнаруженных в купленных товарах?

7. В какие сроки должны быть удовлетворены отдельные требования потребителя?

8. Каковы размеры неустойки за невыполнение требования потребителя в срок?

9. Как осуществляются расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества?

10. Каков порядок обмена товара надлежащего качества?

11. Кем утверждаются правила заключения отдельных видов договоров купли-продажи?

### *1. Общие положения*

1. Кем и когда утверждены правила продажи отдельных видов товаров?

2. Каков порядок установления режима работы магазина различных форм собственности?

3. Кем определяется ассортимент товаров, перечень услуг и методы обслуживания в магазине?

4. Какие требования предъявляются к продавцу?

5. Какую информацию продавец обязан доводить до сведения покупателей?

6. При каком условии договор купли-продажи считается заключенным?

7. Как должны осуществляться расчеты с покупателями за товары?

8. Каков порядок оказания услуг покупателям в магазине?

9. Каковы правила обмена или возврата товаров?

## *II. Особенности продажи продовольственных товаров*

1. Какие специфические сведения должна содержать информация о продовольственных товарах?
2. Перечислите операции по подготовке товаров к продаже.
3. В чем заключаются особенности продажи развесных товаров?
4. Каковы особенности продажи хлеба и хлебобулочных изделий??

## *III. Особенности продажи текстильных, трикотажных, швейных, меховых товаров и обуви*

1. Какие операции включает подготовка к продаже товаров указанных групп?
2. По каким признакам группируют ткани, одежду, трикотажные, меховые товары, обувь при размещении их в торговом зале?
3. Какую информацию должны нести образцы товаров, размещенные в торговом зале?
4. Каков порядок отмеривания различных видов тканей?
5. Какие обязательные операции должен выполнить продавец (контролер) при отпуске покупателю тканей, одежды, обуви, трикотажных и меховых товаров?

## *IV. Особенности продажи технически сложных товаров бытового назначения*

1. Какие операции включает предпродажная подготовка к продаже технически сложных товаров?
2. Какую информацию должны нести образцы товаров, размещенные в торговом зале?
3. Что обязан делать продавец при продаже технически сложных товаров?
4. Какие документы выдаются покупателю вместе с купленным товаром?
5. Какие бесплатные услуги могут оказываться покупателям при продаже указанных товаров?

## *V. Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров*

1. Какие дополнительные сведения об указанных товарах должны быть доведены до потребителя?
2. Перечислите операции по подготовке парфюмерно-косметических товаров к продаже.

3. Какие операции выполняются продавцом при обслуживании покупателей?

#### *VI. Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней*

1. В чем заключаются особенности продажи ювелирных изделий?
2. Какая специальная информация об ювелирных изделиях должна быть доведена до покупателей?
3. Какие операции выполняются в магазине при подготовке ювелирных изделий к продаже?
4. Что должен делать продавец при отпуске ювелирных изделий покупателю?
5. Какими измерительными приборами разрешается пользоваться при определении массы ювелирного изделия?
6. Что выдается покупателю вместе с товаром?

#### *VII. Особенности продажи товаров бытовой химии*

1. Какая специальная информация о товарах бытовой химии должна быть доведена до покупателей?
2. Какие операции выполняются при подготовке к продаже товаров бытовой химии?
3. По каким признакам группируют товары бытовой химии в магазине? Что запрещается делать при передаче товаров бытовой химии в аэрозольной упаковке?

#### *VIII. Правила розничной продажи алкогольной продукции*

1. Кем и когда утверждены правила розничной торговли алкогольной продукцией?
2. Что относится к алкогольной продукции?
3. Где разрешается реализация алкогольной продукции??
4. Что из алкогольной продукции запрещается продавать в розничных торговых предприятиях?
5. Какие требования предъявляются к продавцам алкогольной продукции?
6. Что обязан выполнять продавец при продаже алкогольной продукции?
7. Какая алкогольная продукция не допускается к реализации?
8. Реализация каких видов алкогольной продукции запрещается в мелкорозничной торговой сети?

9. Каковы правила размещения товаров в магазине и прикрепления ярлыков к ним?

10. За что несет ответственность продавец?

11. Какие права имеет покупатель в случае приобретения алкогольной продукции ненадлежащего качества?

12. Кто осуществляет контроль за соблюдением правил торговли алкогольной продукцией?

## Список литературы

1. Абчук, В.А. Коммерция: учебник / В.А. Абчук. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 475с.
2. Абчук, В.А. Энциклопедия современного бизнеса / В. А. Абчук. – СПб.: Издательство «Вектор», 2006. – 270 с.
3. Арзуманова, Т.И., Мачабели, М.Ш. Экономика предприятия: практикум. – М.: «Дашков и К<sup>о</sup>», 2003. – 82 с.
4. Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – Киев: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. – 408с.
5. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Фонд «Правовая культура», 2004. – 528с.
6. Бузукова, Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.: ил. – (Серия «Совет директоров»).
7. Бузукова, Е.А. Закупки и поставки. Курс управления ассортиментом в рознице / Под ред. С.Сысоевой. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.: ил. – (Серия «Розничная торговля»).
8. Виноградова, М.В., Панина, З.И. Организация и планирование деятельности предприятий в сфере сервиса: учебное пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. - М.: ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2006. – 464 с.
9. Голиков, Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность: учебно-практическое пособие/ Е.А. Голиков. – М.: издательство «Экзамен», 2004. – 272 с.
10. Гост Р 51303-99 Торговля. Термины и определения. – Введ. 2000–01–01 // Дашков, Л. П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли/ Л.П.Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко». – 2006. – С.909-929.
11. Гост Р 51304-99 Услуги розничной торговли. – Введ. 2000–01–01// Дашков, Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли /Л.П.Дашков, В.К. .Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко». – 2006. – С.930-942.
12. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. – М.: Норма, 1996. – 555 с.
13. Грибов, В.Д., Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учебное пособие. Практикум. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 336 с.: ил.



14. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчянц. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 700с.
15. Денисова, И.Н. Организация и технология коммерческой деятельности: в рисунках, схемах, таблицах: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 208 с.
16. Егоров, В.Ф. Организация торговли: учебник для вузов / В.Ф. Егоров. – СПб.: Питер, 2004. – 352с.: ил.
17. Защита прав потребителей с образцами заявлений. – М.: Эксмо, 2009. – 96 с. – (Российское законодательство).
18. Кент, Т. Розничная торговля: учебник для студентов вузов / Т. Кент, О.М. Омар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА – 2007. – 71с. – (Зарубежный учебник).
19. Кислов, Д.В. Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг / Кислов Д.В., Башилов Б.Е. – М.: Вершина, 2006. – 264 с.
20. Комкова, Е. Товарный портфель и управление закупками в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.: ил. – (Серия «Розничная торговля»).
21. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник / Л.И. Кравченко. – 7-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2004. – 544 с. – (Экономическое образование).
22. Лебедева, С.А. Экономика торгового предприятия: учебное пособие / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков. – Мн.: Новое знание, 2002. - 240 с.
23. Марочкина, Ю.Н. Защита прав потребителей при покупке товаров и услуг / Ю.Н. Марочкина. – М.: Омега-Л, 2007. – 204 с. (Защита потребителей).
24. Минаева, Н.В. Экономика и предпринимательство. Лекции, деловые игры и упражнения / Н.В. Минаева. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 78 с.
25. Организация и управление торговым предприятием: учебник / Под ред. проф. Л.А. Брагина, проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 303 с.
26. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие / Л.А. Брагин, И.Б. Стукалова, С.С. Шипилова и др.; под ред Л.А. Брагина. – Издательский центр «Академия», 2003. – 176 с.
27. Панкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности: учебное пособие / Ф.Г. Панкратов. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1999. – 248 с.
28. Парамонова, Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – 4-е изд. стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 144 с.

29. Правила торговли: с изм. и доп. на 2009 год. – М.: Эксмо, 2009. – 80 с. – (Российское законодательство).

30. Практикум по курсу «Организация, технология и проектирование торговых предприятий» / Ф.Г. Панкратов, О.А. Новиков и др. – М.: ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2002. – 240 с.

31. Романович, Ж.А., Калачев, С.А. Сервисная деятельность: учебник / Под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. – 2-е изд. – М.: ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2007.

32. Секреты промоушна. По материалам обзора [www. retail. ru](http://www.retail.ru) // Современная торговля. – 2005.- №1. – стр. 29-32.

33. Семин, О.А. Сервис в торговле. В трех кн. Книга первая. Маркетинг и управление качеством торговых услуг: учебное пособие /О.А. Семин, В.А. Сайдашева, В.В. Панюкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2006. – 216 с.

34. Снегирева, В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям /В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.

35. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебное пособие / под общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 295 с. – (серия «Высшее образование»).

36. Экономика предприятия. Практикум. Серия «Высшее образование». – Ростов - на - Дону: Феникс, 2004. – 384 с.

37. Экономика предприятия: Тесты, задачи, ситуации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.