

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 27.07.2023 10:31:18  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a11f0c8c5199

Приложение 3  
к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика  
направленность (профиль) программы Экономика и управление на  
предприятии (организации)

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.12 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ РОЗНИЧНЫМИ ТОРГОВЫМИ  
СЕТЯМИ**

|   |  |
|---|--|
| <b>Направление подготовки</b>             | <b>38.03.01 Экономика</b>                                      |
| <b>Направленность (профиль) программы</b> | <b>Экономика и управление на предприятии<br/>(организации)</b> |
| <b>Уровень высшего образования</b>        | <b>Бакалавриат</b>   |

**Год начала подготовки 2021**

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления К.С. Приходько

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления протокол №  
6 от 28.01.2021 г.

# СОДЕРЖАНИЕ

|   |           |
|---|-----------|
| Цель и задачи освоения дисциплины.....  | 4         |
| Место дисциплины в структуре образовательной программы.....   | 4         |
| Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....  | 5         |
| <b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>   | <b>18</b> |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....   | 18        |
| 5. Информационно-правовая система «Законодательство России» <a href="http://pravo.gov.ru/ips/">http://pravo.gov.ru/ips/</a> .....   | 18        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....   | 19        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....   | 19        |
| 1.ЭБС «ИНФРА-М» <a href="http://znanium.com">HTTP://ZNANIUM.COM</a> .....   | 19        |
| 2.НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА ELIBRARY.RU <a href="https://elibrary.ru/">HTTPS://ELIBRARY.RU/</a> .....  | 19        |
| 3.ЭБС BOOK.RU <a href="http://www.book.ru">HTTP://WWW.BOOK.RU</a> .....   | 19        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....   | 19        |
| 1.БАЗА ДАННЫХ OXFORD JOURNALS ОКСФОРДСКАЯ ОТКРЫТАЯ ИНИЦИАТИВА ВКЛЮЧАЕТ ПОЛНЫЙ И ФАКУЛЬТАТИВНЫЙ ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП К БОЛЕЕ, ЧЕМ 100 ЖУРНАЛАМ, ВЫБРАННЫМ ИЗ КАЖДОЙ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ - <a href="https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences">HTTPS://ACADEMIC.OUP.COM/JOURNALS/PAGES/SOCIAL_SCIENCES</a> .....          | 19        |
| 2.БАЗА ДАННЫХ RESEARCH PAPERS IN ECONOMICS (САМАЯ БОЛЬШАЯ В МИРЕ КОЛЛЕКЦИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ЭКОНОМИКЕ ВКЛЮЧАЕТ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ОПИСАНИЯ ПУБЛИКАЦИЙ, СТАТЕЙ, КНИГ И ДРУГИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ) - <a href="https://edirc.repec.org/data/derasru.html">HTTPS://EDIRC.REPEC.ORG/DATA/DERASRU.HTML</a> ..... | 19        |
| 3.ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОРТАЛ «ЭКОНОМИКА СОЦИОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТ» <a href="http://ecsocman.hse.ru">HTTP://ECSOCMAN.HSE.RU</a> .....  | 19        |
| ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....  | 19        |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....  | 19        |
| МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....   | 19        |
| <b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>  | <b>20</b> |
| <b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>  | <b>20</b> |
| <b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....</b>  | <b>21</b> |
| Практические задания к экзамену.....  | 23        |
| <b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>  | <b>34</b> |

# I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Экономика и управление розничными торговыми сетями» является получение базовых и профессиональных знаний для использования на практике понятий, функций и методов постановки, решения и анализа задач оптимального управления розничными торговыми сетями; методов определения экономической эффективности новых объектов сетевой торговли, воздействие развития торговых сетей на потребительский рынок.

## Задачи дисциплины «Экономика и управление розничными торговыми сетями»

1. определить изменение предмета и методов исследования розничных торговых сетей; овладеть методами анализа и синтеза, оптимизации развития розничных торговых сетей как самоорганизующейся системы;
2. уметь руководствоваться нормативно-правовыми источниками при изучении прикладных экономических вопросов;
3. приобрести навыки решения практических задач в единстве логистики, производства и продаж;
4. опираться на творческий подход при поиске путей вывода розничной торговли из кризиса и обеспечения её устойчивого экономического роста.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика и управление розничными торговыми сетями», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| Показатели объёма дисциплины   | Всего часов по формам обучения |                |
|--|--------------------------------|----------------|
|  | очная                          | очно-заочная   |
| Объем дисциплины в зачётных единицах   | 5 ЗЕТ                          |                |
| Объем дисциплины в акад. часах   | 180                            |                |
| 6 семестр  |                                |                |
| Промежуточная аттестация:<br>форма   | <i>экзамен</i>                 | <i>экзамен</i> |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:</b>  | <b>64</b>                      | <b>24</b>      |
| 1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов<br>всего, в том числе:                | <b>60</b>                      | <b>20</b>      |
| • лекции   | 24                             | 10             |
| • практические занятия   | 36                             | 10             |
| • лабораторные занятия   | -                              | -              |
| в том числе практическая подготовка  | -                              | -              |
| 2. Индивидуальные консультации (ИК)  | -                              | -              |
| 3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)                        | -                              | -              |
| 4. Консультация перед экзаменом (КЭ)   | <b>2</b>                       | <b>2</b>       |
| 5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии | <b>2</b>                       | <b>2</b>       |

|  |            |            |
|--|------------|------------|
| заочников (Каттэк)                                     |            |            |
| <b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>             | <b>116</b> | <b>156</b> |
| в том числе:   |            |            |
| • самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)   | 32         | 32         |
| • самостоятельная работа в семестре (СРс)              | 84         | 124        |
| в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу | -          | -          |
| • изучение ЭОР   | -          | -          |
| • изучение учебной литературы                          | 25         | 40         |
| • написание и презентация реферата и/ или доклада      | 25         | 40         |
| • <i>и другие виды</i>                                 | 2          | 8          |

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

| Формируемые компетенции<br>(код и наименование компетенции)  | Индикаторы достижения компетенций<br>(код и наименование индикатора)  | Результаты обучения (знания, умения)  |
|--|---|---|
| ПК-4. Определение направлений развития организации   | ПК-4.1 Оценка текущего состояния организации  | ПК-4.1. 3-1. <b>Знает</b> методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями                             |
|  |   | ПК-4.1. 3-2. <b>Знает</b> сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа |
| ПК-4.1 У-1. <b>Умеет</b> выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации |   |   |
| ПК-4.1. У-2. <b>Умеет</b> оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами  |   |   |
| ПК-4.1. У-3. <b>Умеет</b> проводить анализ деятельности организации  |   |   |
|  | ПК-4.1. У-4. <b>Умеет</b> представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами |   |
|  | ПК-4.2 Определение параметров будущего состояния организации  | ПК-4.2. 3-1. <b>Знает</b> сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | ПК-4.2. У-1. <b>Умеет</b> выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации |
|  |  | ПК-4.2.У-2. <b>Умеет</b> планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами                               |
|  |  | ПК-4.2.У-3. <b>Умеет</b> разрабатывать бизнес-кейсы   |

**II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций**  
**для обучающихся очной формы обучения**

Таблица 3

| № п/п   | Наименование раздела, темы дисциплины  | Трудоёмкость, академические часы |                      |                      |                         |  | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения<br>(знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий   | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/ разделу или по всему курсу в целом) |       |
|---|--|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|--|-----------------------------------|---|--|------------------|---|-------|
|   |  | Лекции                           | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт |                                   |   |  |                  |   | Всего |
| Семестр 6   |  |                                  |                      |                      |                         |  |                                   |   |  |                  |   |       |
| <b>Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ</b> |  |                                  |                      |                      |                         |  |                                   |   |  |                  |   |       |
| 1.  | <p><b>Тема 1 Теоретические аспекты организации, специализации и типизации розничной торговой сети</b></p> <p>Сетевая розничная торговля - история возникновения и современное состояние, основные направления развития и совершенствования розничной торговой сети. Организации розничной торговой сети. Специализация розничной торговой сети. Типизация розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети, их роль в обслуживании населения. Планирование развития розничной торговой сети. Принципы размещения розничной торговой сети в городах. Особенности развития и размещения сельской торговой сети. Возникновения сетевой структуры на розничной торговле. Сетевые структуры в странах с рыночной экономикой. Место сетевых структур на международном рынке, развитие сетевой торговли по форматам.</p> | 2                                | 2                    | -                    | -                       | 8  | 12                                | ПК -4.2<br>ПК-4.1.                      | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-4. | О.               | -   | Р.    |

|  |   |   |    |   |   |    |    |                   |   |                |     |    |
|--|---|---|----|---|---|----|----|-------------------|---|----------------|-----|----|
| 2.   | <b>Тема 2 Конкуренентоспособность мировых торговых сетей и отражение её на развитии потребительского рынка</b><br>Взаимодействие мировых торговых сетей с российскими торговыми сетями на потребительском уровне. Конкурентные преимущества и факторы, влияющие на конкурентоспособность мировых торговых сетей. Ключевые факторы успеха розничных сетей.   | 2 | 4  | - | - | 8  | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-4.                                 | О<br>Гр.д      | -   | Р. |
| 3.   | <b>Тема 3 Экономические стратегии торговых сетей</b><br>Стратегия лидерства розничных торговых сетей в низких издержках. Стратегия дифференциации розничных торговых сетей. Стратегия фокусирования розничных торговых сетей. Уровни управления и делегирование полномочий. Принципы распределения видов деятельности и ответственности между центром и производственными единицами.  | 2 | 4  | - | - | 8  | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br>Гр.д<br>. | -   | Р. |
|  | Итого по разделу  | 6 | 10 | - | - | 24 | 40 |                   |   |                |     |    |
| <b>Раздел 2. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ</b> |   |   |    |   |   |    |    |                   |   |                |     |    |
| 4.   | <b>Тема 4 Особенности ценообразования и финансового учета скидок при работе с розничными сетями</b><br>Выработка централизованной политики ценообразования. Методы ценообразования, используемые в сетевой структуре. Факторы, влияющие на изменение цены. Бонусы, скидки, акции для розничных торговых сетей. Скидка в виде снижения первоначальной цены товара. Скидка без изменения первоначальной цены товара. Порядок предоставления и учета скидок на время проведения различных промоакций | 2 | 4  | - | - | 8  | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.             | К/р | Р. |



|    |   |   |   |   |   |   |    |                   |   |                  |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|-------------------|---|------------------|---|----|
| 5. | <b>Тема 5 Коммерческая политика торговой компании при работе с розничными сетями</b><br>Входные барьеры в розничную сеть<br>Основы коммерческой политики<br>Ассортиментная политика торговой компании<br>Взаимоотношения сетевых торговых компаний с производителями<br>Логистика цепочки поставок розничным торговым сетям | 2 | 4 | - | - | 8 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О                | - | Р. |
| 6. | <b>Тема 6 Штрафные санкции, применяемые розничными торговыми сетями в отношении поставщиков</b><br>Виды и размеры штрафных санкций торговых сетей поставщикам<br>Штрафные санкции во время проведения промоакций<br>Порядок минимизации штрафных санкций, оптимизация условий поставок и организация логистики              | 2 | 2 | - | - | 8 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br><i>Гр.д</i> | - | Р. |

|    |  |   |   |   |   |   |    |                   |   |            |   |    |
|----|--|---|---|---|---|---|----|-------------------|---|------------|---|----|
| 7. | <p><b>Тема 7 Франчайзинг в розничных торговых сетях</b></p> <p>Теоретические аспекты франчайзинга.<br/> Этапы создания франчайзинговой сети.<br/> Типы организации франчайзинговых розничных сетей<br/> Преимущества и недостатки франчайзинга<br/> Обязательства сетевых компаний перед своими франчайзи.<br/> Специфика законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах.<br/> Существующие препятствия для повсеместного проникновения франчайзинга в российскую экономику.<br/> Отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве.<br/> Договор коммерческой концессии и другие договора в рамках франчайзинговых отношений.<br/> Франчайзинговые предложения представленные в розничной торговле.<br/> Динамика и особенности развития франчайзинга в нашей стране.<br/> Франчайзинговая программа на примере гипермаркета «ОКЕЙ»</p> | 2 | 2 | - | - | 8 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br>Гр.д. | - | Р. |
| 8. | <p><b>Тема 8 Создание и поддержание оптимального ассортимента ряда продукции</b></p> <p>Преимущества и выгоды категорийного менеджмента<br/> Стратегии категорийного менеджмента, особенности и порядок их использования<br/> Методы анализа ассортимента портфеля розничной торговой сети<br/> Планирование категорий и управление категориями<br/> Построение закупочной структуры при сетевом принципе торгового предприятия, категорийный менеджмент, дистрибуция, транспортировка, управление запасами, складирование, переработка грузов.</p>  | 2 | 4 | - | - | 8 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.         | - | Р. |

|     |  |    |    |   |   |           |     |                   |   |                  |     |    |
|-----|--|----|----|---|---|-----------|-----|-------------------|---|------------------|-----|----|
| 9.  | <b>Тема 9 Private label: частная марка в розничной сети</b><br>Развитие частных марок в розничных сетях, критерии требований сети к поставщику при работе с Private Label.<br>Преимущества и недостатки работы с Private Labels.<br>Развитие рынка брендов и частных марок.<br>Модели присутствия частных марок в розничных сетях.<br>Позиционирование сетевой торговой марки.   | 2  | 4  | - | - | <b>8</b>  | 14  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br><i>Гр.д</i> | -   | Р. |
| 10. | <b>Тема 10 Организация мерчендайзинга в розничной сети</b><br>Осуществление мерчендайзинга в розничных сетях.<br>Плюсы и минусы применения мерчендайзинга на точке сбыта.<br>Виды выкладки товаров и порядок их применения.<br>Применение мерчендайзинга российскими и западными компаниями.   | 2  | 2  | - | - | <b>8</b>  | 12  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О                | К/р | Р. |
| 11. | <b>Тема 11 Эффективная организация различных видов промомероприятий, направленных на получение максимального результата</b><br>Понятие ВТЛ-услуги и направление их развития.<br>Система маркетинговых коммуникаций при проведении промоакций.<br>Управление продажами и продвижением продукции на основе трейд-маркетинга.<br>Инструменты трейд-маркетинга.<br>Стоимость организации ВТЛ-мероприятий и основные виды ВТЛ.<br>Системы поощрения лояльности потребителя.<br>Типичные ошибки при проведении промоакций.<br>Мотивация персонала торговой компании.<br>Управление качеством в розничных торговых сетях. | 4  | 4  |   |   | <b>6</b>  | 12  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | С.<br>О.         | Т.  | Р. |
|     | Итого по разделу   | 18 | 26 | - | - | <b>60</b> | 104 |                   |   |                  |     |    |
|     | <i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>   |    |    | - | - | <b>2</b>  | 2   |                   |   |                  |     |    |

|  |           |           |          |          |              |            |  |  |  |  |  |
|--|-----------|-----------|----------|----------|--------------|------------|--|--|--|--|--|
| Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) | -         | -         | -        | -        | 2            | 2          |  |  |  |  |  |
| Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)   | -         | -         | -        | -        | 32           | 32         |  |  |  |  |  |
| <b>Итого</b>   | <b>24</b> | <b>36</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>116/4</b> | <b>180</b> |  |  |  |  |  |

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для обучающихся очно-заочной формы обучения

таблица 3.1

| № п/п   | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы |                      |                      |                         |   | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения<br>(знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/ разделу или по всему курсу в целом) |
|---|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|---|-----------------------------------|---|--|------------------|---|
|   |                                       | Лекции                           | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/<br>КЭ, Каттэк, Катг |                                   |   |  |                  |   |
| Семестр 6   |                                       |                                  |                      |                      |                         |   |                                   |   |  |                  |   |
| <b>Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ</b> |                                       |                                  |                      |                      |                         |   |                                   |   |  |                  |   |

|  |   |   |   |   |   |    |    |                    |   |                |   |    |
|--|---|---|---|---|---|----|----|--------------------|---|----------------|---|----|
| 1.   | <b>Тема 1 Теоретические аспекты организации, специализации и типизации розничной торговой сети</b><br>Сетевая розничная торговля - история возникновения и современное состояние, основные направления развития и совершенствования розничной торговой сети. Организации розничной торговой сети. Специализация розничной торговой сети. Типизация розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети, их роль в обслуживании населения. Планирование развития розничной торговой сети. Принципы размещения розничной торговой сети в городах. Особенности развития и размещения сельской торговой сети. Возникновения сетевой структуры на розничной торговле. Сетевые структуры в странах с рыночной экономикой. Место сетевых структур на международном рынке, развитие сетевой торговли по форматам. | 1 | 1 | - | - | 9  | 11 | ПК -4.2<br>ПК-4.1. | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-4.  | О              | Т | Р. |
| 2.   | <b>Тема 2 Конкурентоспособность мировых торговых сетей и отражение её на развитии потребительского рынка</b><br>Взаимодействие мировых торговых сетей с российскими торговыми сетями на потребительском уровне. Конкурентные преимущества и факторы, влияющие на конкурентоспособность мировых торговых сетей. Ключевые факторы успеха розничных сетей.   | 1 | 1 | - | - | 9  | 11 | ПК -4.2<br>ПК-4.1  | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-4.                                 | О<br>Гр.д      | - | Р. |
| 3.   | <b>Тема 3 Экономические стратегии торговых сетей</b><br>Стратегия лидерства розничных торговых сетей в низких издержках. Стратегия дифференциации розничных торговых сетей. Стратегия фокусирования розничных торговых сетей. Уровни управления и делегирование полномочий. Принципы распределения видов деятельности и ответственности между центром и производственными единицами.  | 1 | 1 | - | - | 10 | 12 | ПК -4.2<br>ПК-4.1  | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br>Гр.д<br>. | - | Р. |
|  | Итого по разделу  | 3 | 3 | - | - | 28 | 34 |                    |   |                |   |    |
| <b>Раздел 2. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ</b> |   |   |   |   |   |    |    |                    |   |                |   |    |

|    |  |   |   |   |   |    |    |                   |   |           |     |    |
|----|--|---|---|---|---|----|----|-------------------|---|-----------|-----|----|
| 4. | <p><b>Тема 4 Особенности ценообразования и финансового учета скидок при работе с розничными сетями</b></p> <p>Выработка централизованной политики ценообразования. Методы ценообразования, используемые в сетевой структуре. Факторы, влияющие на изменение цены.</p> <p>Бонусы, скидки, акции для розничных торговых сетей. Скидка в виде снижения первоначальной цены товара . Скидка без изменения первоначальной цены товара. Порядок предоставления и учета скидок на время проведения различных промоакций</p> | 1 | 1 | - | - | 9  | 11 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О         | К/р | Р. |
| 5. | <p><b>Тема 5 Коммерческая политика торговой компании при работе с розничными сетями</b></p> <p>Входные барьеры в розничную сеть<br/>Основы коммерческой политики<br/>Ассортиментная политика торговой компании<br/>Взаимоотношения сетевых торговых компаний с производителями<br/>Логистика цепочки поставок розничным торговым сетям</p>   | 1 | 1 | - | - | 9  | 11 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О         | -   | Р. |
| 6. | <p><b>Тема 6 Штрафные санкции, применяемые розничными торговыми сетями в отношении поставщиков</b></p> <p>Виды и размеры штрафных санкций торговых сетей поставщикам<br/>Штрафные санкции во время проведения промоакций<br/>Порядок минимизации штрафных санкций, оптимизация условий поставок и организация логистики</p>  | 1 | 1 | - | - | 12 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О<br>Гр.д | -   | Р. |

|    |  |   |   |   |   |    |    |                   |   |             |   |    |
|----|--|---|---|---|---|----|----|-------------------|---|-------------|---|----|
| 7. | <p><b>Тема 7 Франчайзинг в розничных торговых сетях</b></p> <p>Теоретические аспекты франчайзинга.<br/> Этапы создания франчайзинговой сети.<br/> Типы организации франчайзинговых розничных сетей<br/> Преимущества и недостатки франчайзинга<br/> Обязательства сетевых компаний перед своими франчайзи.<br/> Специфика законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах.<br/> Существующие препятствия для повсеместного проникновения франчайзинга в российскую экономику.<br/> Отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве.<br/> Договор коммерческой концессии и другие договора в рамках франчайзинговых отношений.<br/> Франчайзинговые предложения представленные в розничной торговле.<br/> Динамика и особенности развития франчайзинга в нашей стране.<br/> Франчайзинговая программа на примере гипермаркета «ОКЕЙ»</p> | 1 | 1 | - | - | 12 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br><br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.<br>Гр.д. | - | Р. |
| 8. | <p><b>Тема 8 Создание и поддержание оптимального ассортиментного ряда продукции</b></p> <p>Преимущества и выгоды категорийного менеджмента<br/> Стратегии категорийного менеджмента, особенности и порядок их использования<br/> Методы анализа ассортиментного портфеля розничной торговой сети<br/> Планирование категорий и управление категориями<br/> Построение закупочной структуры при сетевом принципе торгового предприятия, категорийный менеджмент, дистрибуция, транспортировка, управление запасами, складирование, переработка грузов.</p>  | 1 | 1 | - | - | 12 | 14 | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4.     | О.          | - | Р. |

|     |   |   |   |   |   |           |     |                   |   |                   |     |    |
|-----|---|---|---|---|---|-----------|-----|-------------------|---|-------------------|-----|----|
| 9.  | <b>Тема 9 Private label: частная марка в розничной сети</b><br>Развитие частных марок в розничных сетях, критерии требований сети к поставщику при работе с Private Label.<br>Преимущества и недостатки работы с Private Labels.<br>Развитие рынка брендов и частных марок.<br>Модели присутствия частных марок в розничных сетях.<br>Позиционирование сетевой торговой марки.  | 1 | 1 | - | - | <b>14</b> | 16  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.<br><i>Гр.д</i> |     | Р. |
| 10. | <b>Тема 10 Организация мерчандайзинга в розничной сети</b><br>Осуществление мерчандайзинга в розничных сетях.<br>Плюсы и минусы применения мерчандайзинга на точке сбыта.<br>Виды выкладки товаров и порядок их применения.<br>Применение мерчандайзинга российскими и западными компаниями.  | 1 | 1 | - | - | <b>12</b> | 14  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.                | К/р | Р. |
| 11. | <b>Тема 11 Эффективная организация различных видов промо-мероприятий, направленных на получение максимального результата</b><br>Понятие ВТL-услуги и направление их развития.<br>Система маркетинговых коммуникаций при проведении промоакций.<br>Управление продажами и продвижением продукции на основе трейд-маркетинга.<br>Инструменты трейд-маркетинга.<br>Стоимость организации ВТL-мероприятий и основные виды ВТL.<br>Системы поощрения лояльности потребителя.<br>Типичные ошибки при проведении промоакций.<br>Мотивация персонала торговой компании.<br>Управление качеством в розничных торговых сетях. | 0 | 0 | - | - | <b>16</b> | 16  | ПК -4.2<br>ПК-4.1 | ПК-4.2. 3-1.<br>ПК-4.2. У-1.<br>ПК-4.2.У-2.<br>ПК-4.2.У-3<br>ПК-4.1. 3-1.<br>ПК-4.1. 3-2.<br>ПК-4.1. У-1.<br>ПК-4.1. У-2.<br>ПК-4.1. У-3.<br>ПК-4.1. У-4. | О.<br>С           |     | Р. |
|     | Итого по разделу  | 7 | 7 | - | - | <b>96</b> | 110 |                   |   |                   |     |    |
|     | <i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>  |   |   | - | - | <b>2</b>  | 2   |                   |   |                   |     |    |



|  |           |           |          |          |              |            |  |  |  |  |  |
|--|-----------|-----------|----------|----------|--------------|------------|--|--|--|--|--|
| Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) |           |           |          |          | 2            | 2          |  |  |  |  |  |
| Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)   |           |           |          |          | 32           | 32         |  |  |  |  |  |
| <b>Итого</b>   | <b>10</b> | <b>10</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>156/4</b> | <b>180</b> |  |  |  |  |  |

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

Опрос (О.)

Собеседование (С)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

**Формы текущего контроля:**

Тест (Т.)

Контрольные работы (К/р)

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

Реферат (Р.)

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература:

1. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учебное пособие / В.П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. - 309 с. - ISBN . Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=365876>
2. Экономика предприятия (организации, фирмы) : учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.] ; под ред. О.В. Девяткина, А.В. Быстрова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 777 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_594d2cb99ad737.28899881. - ISBN 978-5-16-104444-5. Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=419241>
3. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах) : учеб. пособие / В.К. Скляренко, В.М. Прудников, Н.Б. Акуленко, А.И. Кучеренко ; под ред. проф. В.К. Скляренко, В.М. Прудникова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/833. - ISBN 978-5-16-100018-2. Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=395915>

##### Дополнительная литература:

1. Организация розничной торговли в сети Интернет : учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2022. — 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=389721>
2. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов : монография / под ред. В.В. Куимова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 225 с. — ISBN 978-5-16-107536-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=427217>
3. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы : монография / А.В. Христофоров, И.В. Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф А.Е. Суглобова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 159 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс].. - ISBN 978-5-16-103825-3. - - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=346518>

##### Нормативно-правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) – от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 28.04.2020) <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?rnd=715313B1F6586DAF522715F61C61CCF0&req=doc&base=LAW&n=320455&REFFIELD=134&REFDST=1000000007&REFDOC=340325&REFBASE=LAW&stat=refcode%3D16876%3Bindex%3D11#58q51z0ym94>
2. Кодексы и законы РФ - правовая справочно-консультационная система <http://kodeks.systems.ru>
3. ГОСТы (официальные тексты) в помощь оформлению курсовых, выпускных квалификационных работ, диссертационных исследований – коллекция ссылок на ресурсы сайта Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <http://www.gost.ru>

4. РАГС – Российский архив государственных стандартов, строительных норм и правил информационная система <http://www.rags.ru/gosts/2874/>
5. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <https://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система Гарант

## **ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

1. ЭБС «ИНФРА-М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

1. База данных Oxford Journals Оксфордская открытая инициатива включает полный и факультативный открытый доступ к более, чем 100 журналам, выбранным из каждой предметной области - [https://academic.oup.com/journals/pages/social\\_sciences](https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences)
2. База данных Research Papers in Economics (самая большая в мире коллекция электронных научных публикаций по экономике включает библиографические описания публикаций, статей, книг и других информационных ресурсов) - <https://edirc.repec.org/data/derasru.html>
3. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

## **ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - федеральная информационная система открытого доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное <http://window.edu.ru/>
3. Журнал «Этажи» <https://j.etagi.com/>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

1. ОС Windows XP PRO
2. Office Professional Plus 2007 Rus OLP NL AE (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Access, Microsoft PowerPoint, Microsoft Publisher)

3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition
4. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: PeaZip, Google Chrome

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Экономика и управление розничными торговыми сетями» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*);

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации:

для самостоятельной работы;

– помещением для самостоятельной работы, оснащённым компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

## **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические рекомендации по написанию реферата и докладов.

## **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Экономика и управление розничными торговыми сетями» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

| <b>Виды работ</b>                                 | <b>Максимальное количество баллов</b> |
|---|---------------------------------------|
| Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях | 20                                    |
| Текущий контроль                                  | 20                                    |
| Творческий рейтинг                                | 20                                    |
| Промежуточная аттестация (экзамен)                | 40                                    |
| <b>ИТОГО</b>                                      | <b>100</b>                            |

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

## **VI. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ<sup>1</sup>**

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

### ***Тематика курсовых работ/проектов***

\_\_\_ Курсовая работа/проект по дисциплине «Экономика и управление розничными торговыми сетями» учебным планом не предусмотрена

### ***Перечень вопросов к экзамену:***

| Номер вопроса | Перечень вопросов к экзамену   |
|---------------|--|
| 1.            | Экономическая эффективность деятельности РТС и методика её оценки.                 |
| 2.            | Сетевые технологии в торговле: виды и особенности.                                 |
| 3.            | Основные показатели, характеризующие экономическую эффективность деятельности РТС. |
| 4.            | Сущность затрат и функции управления затратами на предприятиях розничной торговли. |
| 5.            | Классификация затрат на производство и реализацию продукции.                       |
| 6.            | Расчет точки безубыточности и построение графика безубыточности РТС.               |
| 7.            | Понятие и структура фондов РТС.  |

<sup>1</sup> В данном разделе приводятся примеры оценочных средств

|     |   |
|-----|---|
| 8.  | Показатели наличия и эффективности использования основных фондов РТС.                           |
| 9.  | Экономическая эффективность использования оборотных средств РТС.                                |
| 10. | Принципы управления розничными торговыми сетями.  |
| 11. | Налогообложение предприятий розничной торговли.   |
| 12. | Формы концентрации капитала и создания сетевых структур.  |
| 13. | Горизонтальная и вертикальная интеграция РТС.   |
| 14. | Диверсификация РТС  |
| 15. | Основные фонды торгового предприятия и экономическая эффективность их использования.            |
| 16. | Фонды торгового предприятия и их классификация.   |
| 17. | Транснациональные компании.   |
| 18. | История создания крупнейших транснациональных сетевых компаний.                                 |
| 19. | Сравнение лизинга и банковского кредитования покупки торгового оборудования.                    |
| 20. | Экономические стратегии розничных торговых компаний.  |
| 21. | Внутренний анализ конкурентоспособности РТС.  |
| 22. | Стратегия лидерства и низких издержек.  |
| 23. | Стратегия дифференциации.   |
| 24. | Стратегия фокусирования.  |
| 25. | Франчайзинг как способ организации торговой сети.   |
| 26. | Проблемы франчайзинга в России.   |
| 27. | Торговые марки и бренды торговых сетей.   |
| 28. | Бренд торговых сетей и оценка его стоимости.  |
| 29. | Определение стоимости собственных торговых марок.   |
| 30. | Лизинг – как источник финансирования торговых предприятий.                                      |
| 31. | Методики расчета эффективности реализации инвестиционного проекта в торговле.                   |
| 32. | Экономическая оценка инвестиционных проектов на предприятиях розничной торговли.                |
| 33. | Традиционные и нетрадиционные источники инвестиций в торговле.                                  |
| 34. | Инвестиции в развитие РТС.  |
| 35. | Оценка платежеспособности торгового предприятия на основе показателей ликвидности баланса.      |
| 36. | Комплексная оценка финансового состояния торгового предприятия.                                 |
| 37. | Методы прогнозирования финансового состояния торгового предприятия.                             |
| 38. | Методы прогнозирования платежеспособности торгового предприятия.                                |
| 39. | Производительность труда на предприятиях розничной торговли и пути ее повышения.                |
| 40. | Структура оборотных средств торгового предприятия и эффективность их использования.             |
| 41. | Маржинальный анализ предприятий розничной торговли.   |
| 42. | Предмет, метод и задачи курса «Экономика и организация управления розничными торговыми сетями». |
| 43. | План продаж торгового предприятия.  |
| 44. | Ценовые стратегии предприятий розничной торговли.   |
| 45. | «Расходы», «затраты» и «издержки» предприятий розничной торговли.                               |
| 46. | Внутренняя норма доходности инвестиционного проекта.  |
| 47. | Методы оценки риска банкротства торгового предприятия.  |
| 48. | Рентабельность предприятий розничной торговли и способы ее расчета.                             |

|     |  |
|-----|--|
| 49. | Конкурентоспособность РТС.   |
| 50. | Инвестиционная привлекательность России для торгового капитала.  |
| 51. | Перспективы развития бизнеса транснациональных розничных сетей в России.                                   |
| 52. | Управление персоналом и кадровая политика предприятий розничной торговли.                                  |
| 53. | Аутсорсинг в торговых сетях.   |
| 54. | Лизинг персонала. Аутстаффинг.   |
| 55. | Алгоритм формирования ассортиментной политики торговых компаний.   |
| 56. | Автоматизация управленческих процессов в сетях.  |
| 57. | Понятие BTL-услуги и направление их развития   |
| 58. | Управление качеством в розничных торговых сетях  |
| 59. | Мотивация персонала торговой компании  |
| 60. | Типичные ошибки при проведении промоакций  |
| 61. | Системы поощрения лояльности потребителя   |
| 62. | Стоимость организации BTL-мероприятий и основные виды BTL  |
| 63. | Инструменты трейд-маркетинга   |
| 64. | Управление продажами и продвижением продукции на основе трейд-маркетинга                                   |
| 65. | Система маркетинговых коммуникаций при проведении промоакций   |
| 66. | Осуществление мерчендайзинга в розничных сетях   |
| 67. | Применение мерчендайзинга российскими и западными компаниями   |
| 68. | Виды выкладки товаров и порядок их применения  |
| 69. | Плюсы и минусы применения мерчендайзинга на точке сбыта  |
| 70. | Развитие частных марок в розничных сетях, критерии требований сети к поставщику при работе с Private Label |
| 71. | Преимущества и недостатки работы с Private Labels  |
| 72. | Развитие рынка брендов и частных марок. Модели присутствия частных марок в розничных сетях                 |

### ***Практические задания к экзамену***

|    |  |
|----|--|
| 1. | Задача<br>В течение отчетного периода материалы на единицу продукции составили 50 руб., заработная плата по изготовлению - 20 руб., другие затраты на изготовление продукции - 10 руб., постоянные затраты - 50000 руб. Организацией произведено 2000 единиц продукции, а продано 1600 единиц. Нижняя граница цены продукции в условиях системы «директ-костинг» равна |
| 2. | Задача<br>Постоянные затраты предприятия за месяц составили 72 тыс. руб., а переменные – 6 руб. за штуку. Цена изделия – 15 руб. Определите прибыль предприятия при производстве 12000 изделий   |
| 3. | Задача<br>Рассчитать маржинальный доход организации, имея следующие данные, выручка от реализации товаров 3 млн. руб., переменные издержки 1 млн. руб.   |
| 4. | Задача<br>Чему будет равна чистая прибыль организации, если согласно отчетности выручка составила 300 млн. руб., себестоимость 200 млн. руб., прочие доходы 50 млн. руб., прочие расходы 30 млн. руб.  |
| 5. | Задача<br>На сколько процентов возрастет прибыль ..., если объем производства увеличится на 5%, а сила воздействия операционного рычага равна 4  |
| 6. | Задача<br>По данным бухгалтерского баланса внеоборотные активы организации составили 350 млн. руб., оборотные активы 500 млн. руб., собственный капитал 550 млн. руб., долгосрочные обязательства 50 млн. руб., краткосрочные обязательства 250 млн. руб. Рассчитать собственные оборотные средства  |
| 7. | Задача<br>В течение отчетного периода постоянные затраты предприятия составили 20000 руб., материальные затраты - 15000 руб., затраты на оплату труда основных производственных рабочих - 5000 руб., затраты на оплату труда начальника цеха - 3000 руб. Себестоимость продукции при системе «директ-  |

|     |   |
|-----|---|
|     | костинг» равна  |
| 8.  | Задача<br>Совокупные постоянные затраты организации равны 3000 руб., объем производства – 500 ед. изделий. При объеме производства в 400 ед. изделий постоянные затраты составят...   |
| 9.  | Задача<br>Совокупные постоянные затраты организации равны 8000 руб., объем производства – 400 ед. изделий. При объеме производства в 200 ед. изделий постоянные затраты составят...   |
| 10. | Задача<br>Организацией произведено 20000 единиц продукции. Производственная себестоимость составила 2 млн. руб. Себестоимость единицы продукции составит...   |
| 11. | Задача<br>Выручка от продажи продукции составляет 70000 руб., переменные затраты - 30000 руб., а постоянные затраты - 20000 руб. Маржинальный доход равен...  |
| 12. | Задача<br>Выручка от продажи продукции составила 72000 руб., в том числе НДС – 12000 руб. В отчетном периоде постоянные затраты составили – 17 000 руб. Совокупные переменные расходы составили 35000 руб. Маржинальная прибыль предприятия равна   |
| 13. | Задача<br>Выручка от продажи продукции составила 600000 руб., в том числе НДС – 100000 руб. В отчетном периоде постоянные расходы составили – 40000 руб. Совокупные переменные расходы составили 450000 руб. Маржинальная прибыль предприятия равна   |
| 14. | Задача<br>Организацией произведено 25000 единиц продукции. Производственная себестоимость составила 4 млн. руб. Себестоимость единицы продукции составит...   |
| 15. | Задача<br>Выручка от продажи продукции составляет 150000 руб., переменные затраты - 70000 руб., а постоянные затраты - 30000 руб. Маржинальный доход равен...   |
| 16. | Задача<br>На предприятии, занимающемся ремонтом квартир, запланированы накладные расходы в размере – 200000 руб. и прямые затраты на заработную плату работников предприятия – 160000 руб. Предприятие выполнило ремонтные работы для одного из своих клиентов. Определить сумму договора, применив позаказный метод, если прямые затраты на материалы – 800 руб., прямые затраты на заработную плату – 2000 руб. |
| 17. | Задача<br>Имеются следующие данные: организацией произведено 5000 единиц продукции, реализовано – 4000 единиц, при этом производственная себестоимость составила 500000 руб., и расходы по реализации и сбыту – 120000 руб. Рассчитайте себестоимость продукции методом простой двухступенчатой калькуляции   |
| 18. | Задача<br>Изделия продаются по цене 25 руб. за единицу, переменные затраты составляют 17 руб. за единицу изделия, постоянные затраты – 350000 руб. за период. Определить, сколько изделий должно быть продано, чтобы предприятие получило прибыль в сумме 30000 руб.  |
| 19. | Задача<br>Выручка от реализации организации составляет 125 тыс. руб., совокупные переменные расходы – 80 тыс. руб., постоянные расходы – 16 тыс. руб. Прибыль организации составляет  |
| 20. | Задача<br>В течение отчетного периода материалы на единицу продукции составили 50 руб., заработная плата по изготовлению - 20 руб., другие затраты на изготовление продукции - 10 руб., постоянные затраты - 50000 руб. Организацией произведено 2000 единиц продукции, а продано 1600 единиц. Нижняя граница цены продукции в условиях системы «директ-костинг» равна  |
| 21. | Задача<br>Выручка от реализации организации составляет 125 тыс. руб., совокупные переменные расходы - 80 тыс. руб., постоянные расходы - 16 тыс. руб. Точка безубыточности организации при объеме реализации 1000 штук равна... тыс.руб.  |
| 22. | Задача<br>Фирма произвела в отчетном году 200000 единиц продукции. Общие производственные затраты составили 400 тыс. руб., из них 180 тыс. руб. – постоянные расходы. Предполагается, что никаких изменений в используемых производственных методах и ценообразования не произойдет. Общие затраты для производства 230000 единиц продукта в следующем году составят... руб.                                      |
| 23. | Задача<br>Поведение издержек организации описывается формулой $Y = 800 + 4X$ . При выпуске 400 единиц   |



|     |   |
|-----|---|
|     | изделий планируемые затраты организации составят... руб.  |
| 24. | Задача<br>Изделия продаются по цене 25 руб. за единицу, переменные затраты составляют 17 руб. за единицу изделия, постоянные затраты – 350000 руб. за период. Определить, сколько изделий должно быть продано, чтобы предприятие получило прибыль в сумме 50000 руб.  |
| 25. | Задача<br>К началу планируемого периода запасы ткани швейной фабрики составляли 1000 п.м. Администрация планирует сократить их к концу отчетного периода на 30 %. При этом будет сшито 500 платьев. Расход ткани на 1 платье – 3 п.м. Фабрике придется закупить ... п.м.  |
| 26. | Задача<br>Директор муниципального предприятия, занимающегося пассажирскими перевозками, пытается спланировать годовые расходы автопарка, состоящего из 30 автобусов. По одному автобусу имеется следующая информация: расход горючего – 20 руб. на 100 км пробега; амортизация (за год) – 1000 руб. Расходы по содержанию автопарка при условии, что за год каждый автобус пройдет 10 000 км, составят ... тыс.руб. |
| 27. | Задача<br>Если известно, что организация, в соответствии с учетной политикой распределяет косвенные расходы пропорционально заработной плате. Заработная плата в 3 квартале должна составить 15000 рублей, а ожидаемая величина косвенных расходов – 45000 рублей, следовательно бюджетная ставка распределения затрат будет равна ...  |
| 28. | Задача<br>Изделия продаются по цене 25 руб. за единицу, переменные затраты составляют 17 руб. за единицу изделия, постоянные затраты – 350000 руб. за период. Количество изделий в точке безубыточности равно ... штук  |
| 29. | Задача<br>Фирма произвела в отчетном году 200000 единиц продукции. Общие производственные затраты составили 400 тыс. руб., из них 180 тыс. руб.–постоянные расходы. Предполагается, что никаких изменений в используемых производственных методах и ценообразования не произойдет. Общие затраты для производства 230000 единиц продукта в следующем году составят  |
| 30. | Задача<br>Из бюджета продаж предприятия следует, что в октябре будет реализовано 12500 единиц продукта А и 30000 единиц продукта Б. Цена реализации продукта А – 20 руб., продукта Б – 30 руб. Вознаграждение, причитающееся коммерческому отделу, составляет 10 % от объемов продаж продукта А и 8% - от продукта Б. В соответствии с бюджетом, отделу продаж будет начислено вознаграждение в сумме               |
| 31. | Задача<br>Выручка от реализации услуг предприятия составила: в июле – 130000 руб., августе – 150000 руб., в сентябре – 140000 руб. Из опыта поступления денег известно, что 70 % дебиторской задолженности гасится на следующий месяц после оказания услуг, 25 % - через два месяца, а 5 % не гасится вовсе. В сентябре на расчетный счет предприятия поступит  |
| 32. | Задача<br>К началу планируемого периода запасы ткани швейной фабрики составляли 1000 п.м. Администрация планирует сократить их к концу отчетного периода на 30 %. При этом будет сшито 500 платьев. Расход ткани на 1 платье – 3 п.м. Фабрике придется закупить   |
| 33. | Задача<br>Директор предприятия, занимающегося пассажирскими перевозками, пытается спланировать годовые расходы автопарка, состоящего из 30 автобусов. По одному автобусу имеется следующая информация: расход горючего – 20 руб. на 100 км пробега; амортизация (за год) – 1000 руб. Расходы по содержанию автопарка при условии, что за год каждый автобус пройдет 10000 км, составят                              |
| 34. | Задача<br>Инвестиционные затраты проекта составляют 30000 руб., а ежегодные поступления — 10 тыс. руб. Срок окупаемости инвестиционного проекта равен   |
| 35. | Задача<br>Директор предприятия, занимающегося пассажирскими перевозками, пытается спланировать годовые расходы автопарка, состоящего из 30 автобусов. По одному автобусу имеется следующая информация: расход горючего – 20 руб. на 100 км пробега; амортизация (за год) – 1000 руб. Расходы по содержанию автопарка при условии, что за год каждый автобус пройдет 20000 км, составят                              |
| 36. | Задача<br>Фирма произвела в отчетном году 200 000 единиц продукции. Общие производственные затраты составили 400 тыс. руб., из них 180 тыс. руб. – постоянные расходы. Предполагается, что никаких изменений в используемых производственных методах и ценообразования не произойдет. Общие затраты для производства 350000 единиц продукта в следующем году составят   |

## ***Тестовые задания***

**Индикаторы достижения: ПК-4.1., ПК-4.2.**

### **Тестовый вопрос 1:**

Система размещения розничной торговой сети базируется на следующих трех принципах:

- а) Равномерное размещение;
- б) Групповое размещение;
- в) Ступенчатое размещение;
- г) Локальное размещение.

### **Тестовый вопрос 2:**

Розничная торговая сеть определяется как:

- а) Имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказание торговых услуг;
- б) Совокупность предприятий розничной торговли, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением;
- в) Торговая сеть конкретной фирмы, организации, системы;
- г) Совокупность стационарных и нестационарных видов торговых сетей.

### **Тестовый вопрос 3:**

Основой розничной торговой сети является:

- а) Разносная и развозная торговля;
- б) Стационарная сеть;
- в) Фирменная торговая сеть производственного предприятия;
- г) Магазины, павильоны, киоски и палатки.

### **Тестовый вопрос 4:**

Формат торговли – это:

- а) Площадь торгового зала и количество расчетно-кассовых узлов;
- б) Совокупность параметров, по которой определяется принадлежность торгового предприятия (как сетевого, так и независимого) к одному из распространенных в мировой практике видов;
- в) Форма обслуживания, представляемый сервис, часы работы;
- г) Среднее количество покупок в день.

### **Тестовый вопрос 5:**

Магазины формата дискаунтер стали повсеместно появляться после

- а) Издавания указа «О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР» и выхода на российские рынки иностранных сетей;
- б) После кризиса 1998г.

### **Тестовый вопрос 6:**

Горизонтальная кооперация это:

- а) Объединения, слияние, кооперация или взаимодействие предприятий находящихся на одной хозяйственной ступени;

б) Объединение, слияние, кооперация или взаимодействие функционально зависимых производителей, посредников, продавцов и потребителей данного продукта по цепочке создания стоимости.

**Тестовый вопрос 7:**

Определите последовательность формирования розничных торговых сетей в России:

а) Появление и бурное развитие продовольственных рынков, появление первых сетевых компаний и переход ряда предприятий от оптовой торговли к розничной, появление региональных продуктовых сетей, появление гипермаркетов, формирование федеральных игроков отрасли, первое IPO, появление первого иностранного игрока, освоение торгового формата дискаунтер, увеличение объемов сделок по слияниям и поглощениям, появление магазинов формата «продуктовый бутик».

б) Появление и бурное развитие продовольственных рынков, появление первых сетевых компаний и переход ряда предприятий от оптовой торговли к розничной, появление первого иностранного игрока, освоение торгового формата дискаунтер, появление региональных продуктовых сетей, появление гипермаркетов, формирование федеральных игроков отрасли, первое IPO, увеличение объемов сделок по слияниям и поглощениям, появление магазинов формата «продуктовый бутик».

в) Появление первых сетевых компаний и переход ряда предприятий от оптовой торговли к розничной, первое IPO, увеличение объемов сделок по слияниям и поглощениям, появление первого иностранного игрока, освоение торгового формата дискаунтер, появление и бурное развитие продовольственных рынков, появление региональных продуктовых сетей, появление гипермаркетов, формирование федеральных игроков отрасли, появление магазинов формата «продуктовый бутик».

**Тестовый вопрос 8:**

К особенностям развития розничных сетей в РФ относятся следующие три положения:

- а) Слабая экспансия иностранных сетей;
- б) Избыток торговых площадей;
- в) Отсутствие товаров под собственной маркой;
- г) региональная экспансия;
- д) размещение акций на бирже;
- е) отсутствие франчайзинга.

**Тестовый вопрос 9:**

Собственные торговые марки, ориентированные на покупателей, чувствительных к цене, у которых преобладают рациональные мотивы покупки

- а) Марки эконом-класса;
- б) Имиджевые (нишевые);
- в) Инновационные собственные торговые марки.

**Тестовый вопрос 10:**

Самая крупная транснациональная торговая сеть

- а) Wal-Mart Stores, Inc.;
- б) Auchan group;
- в) Metro AG.

*Примеры вопросов для опроса:*

## **Тема 1.**

### **Теоретические аспекты организации, специализации и типизации розничной торговой сети**

#### Вопросы для устного опроса:

1. Сетевая розничная торговля - история возникновения и современное состояние
2. Основные направления развития и совершенствования розничной торговой сети
3. Организации розничной торговой сети Специализация розничной торговой сети
4. Типизация розничной торговой сети
5. Виды розничной торговой сети, их роль в обслуживании населения
6. Планирование развития розничной торговой сети
7. Принципы размещения розничной торговой сети в городах
8. Особенности развития и размещения сельской торговой сети
9. Возникновения сетевой структуры на розничной торговле. Сетевые структуры в странах с рыночной экономикой.
10. Место сетевых структур на международном рынке, развитие сетевой торговли по форматам.

## **Тема 2.**

### **Конкурентоспособность мировых торговых сетей и отражение её на развитии потребительского рынка**

#### Вопросы для устного опроса:

1. Взаимодействие мировых торговых сетей с российскими торговыми сетями на потребительском уровне
2. Конкурентные преимущества и факторы, влияющие на конкурентоспособность мировых торговых сетей
3. Ключевые факторы успеха розничных сетей

## **Тема 3**

### **Экономические стратегии торговых сетей**

#### Вопросы для устного опроса:

1. Стратегия лидерства розничных торговых сетей в низких издержках
2. Стратегия дифференциации розничных торговых сетей
3. Стратегия фокусирования розничных торговых сетей
4. Уровни управления и делегирование полномочий.
5. Принципы распределения видов деятельности и ответственности между центром и производственными единицами.

## **Тема 4**

### **Особенности ценообразования и финансового учета скидок при работе с розничными сетями**

#### Вопросы для устного опроса:

1. Выработка централизованной политики ценообразования.
2. Методы ценообразования, используемые в сетевой структуре.
3. Факторы, влияющие на изменение цены.
4. Бонусы, скидки, акции для розничных торговых сетей
5. Скидка в виде снижения первоначальной цены товара
6. Скидка без изменения первоначальной цены товара
7. Порядок предоставления и учета скидок на время проведения различных промоакций

## **Тема 5**

### **Коммерческая политика торговой компании при работе с розничными сетями**

#### Вопросы для устного опроса:

- 1 Входные барьеры в розничную сеть
- 2 Основы коммерческой политики
- 3 Ассортиментная политика торговой компании
- 4 Взаимоотношения сетевых торговых компаний с производителями
- 5 Логистика цепочки поставок розничным торговым сетям

#### ***Примеры вопросов для собеседования:***

## **Тема 11**

### **Эффективная организация различных видов промомероприятий, направленных на получение максимального результата**

1. Понятие BTL-услуги и направление их развития
2. Система маркетинговых коммуникаций при проведении промоакций
3. Управление продажами и продвижением продукции на основе трейд-маркетинга
4. Инструменты трейд-маркетинга
5. Стоимость организации BTL-мероприятий и основные виды BTL
6. Системы поощрения лояльности потребителя
7. Типичные ошибки при проведении промоакций
8. Мотивация персонала торговой компании
9. Управление качеством в розничных торговых сетях

#### ***Примеры групповых дискуссий:***

## **Тема 7**

### **Франчайзинг в розничных торговых сетях**

1. Теоретические аспекты франчайзинга
2. Этапы создания франчайзинговой сети
3. Типы организации франчайзинговых розничных сетей
4. Преимущества и недостатки франчайзинга
5. Обязательства сетевых компаний перед своими франчайзи
6. Специфика законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах.
7. Существующие препятствия для повсеместного проникновения франчайзинга в российскую экономику.
8. Отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве.
9. Договор коммерческой концессии и другие договора в рамках франчайзинговых отношений.
10. Франчайзинговые предложения представленные в розничной торговле.
11. Динамика и особенности развития франчайзинга в нашей стране.
12. Франчайзинговая программа на примере гипермаркета «ОКЕЙ»

#### ***Примеры типовых заданий для контрольной работы:***

#### **Контрольная работа № 1**

Варианты заданий (теоретический курс):

1. Организационные структуры управления сетевыми розничными предприятиями.
2. Экспансия сетевой формы розничной торговли
3. Особенности российских торговых сетей, трудности развития российских сетевых технологий
4. Основные отличия при централизованной и децентрализованной системах управления сетевым розничным предприятием.
5. Принципы распределения видов деятельности между центром и производственными единицами.
6. Распределение ответственности при централизованной системе управления сетевым розничным предприятием.
7. Особенности управления маркетинга в сетевом розничном предприятии.
8. Маркетинговое соглашение – рычаг для получения дополнительной прибыли.
9. Ценовая политика, преимущества сетевой розничной структуры.
10. Собственная торговая марка, как конкурентное преимущество.
11. Реклама – двигатель торговли. Что «двигаем» на сетевом предприятии.
12. Мерчендайзинг – увеличение объемов продаж, комплекс мер по продвижению товара.

### **Варианты заданий (практические вопросы и задачи):**

#### *Задание № 1.*

Рассчитать коэффициент загрузки (закрепления) оборотных средств, если известно, что величина оборотных средств составляет €400 тыс. в год, а объем товарооборота за этот же период равен €80 млн. в год. Эффективно ли используются оборотные средства на данном торговом предприятии?

#### *Задача № 2*

Среднемесячный объем товарооборота сетевого супермаркета составляет 3 900млн. рублей. На сколько уменьшатся расходы по оплате кредита при условии, что норматив товарных запасов предприятия сократится на один день? При этом весь объем оборотных средств супермаркета под товарные запасы финансируется за счет краткосрочных кредитов банка. Процентная ставка банковского кредита составляет 28%.

#### *Задача № 3*

Вы являетесь начальником отдела маркетинга розничной торговой сети, состоящей из 38 магазинов с объемом товарооборота €113 млн. в год. Какие маркетинговые мероприятия целесообразно провести при образовании неликвидного товара в целом на сумму €30 тыс.?

#### *Задача № 4*

Согласно сообщениям греческой прессы, компания «Carrefour-Marinopoulos», принадлежащая одноименной розничной корпорации завершила сделку по приобретению своего конкурента – небольшой розничной сети «Xinos», которая управляет 26 торговыми объектами в регионе Афин и на севере страны. Оборот поглощаемой компании в 2003 году составил €66 млн. .Попробуйте обосновать целесообразность или нецелесообразность сделки.

### ***Тематика рефератов:***

1. Основные стратегии выхода розничных сетей на региональный рынок.
2. Взаимодействие мировых торговых сетей с российскими торговыми сетями на потребительском уровне

3. Конкурентные преимущества и факторы, влияющие на конкурентоспособность мировых торговых сетей.
4. Оценка конкурентоспособности торговых сетей, основанная на теории потребительских предпочтений
5. Основные направления развития и совершенствования розничной торговой сети.
6. Концепция развития розничной торговой сети за рубежом
7. Структурные ступени развития розничной торговли
8. Современные условия повышения качества торгового обслуживания в торговых сетях
9. Принципы размещения розничной торговой сети в городах.
10. Особенности развития и размещения сельской торговой сети.
11. Сущность и содержание экономической работы на предприятиях розничных торговых сетей в условиях рынка.
12. Экономические основы хозяйственной деятельности розничных торговых сетей.
13. Система экономической информации, внешняя и внутренняя среда деятельности розничных торговых сетей.
14. Элементы внутреннего рынка товаров народного потребления: понятие, взаимосвязь, значение для деятельности розничных торговых сетей.
15. Экономический анализ ресурсного обеспечения предприятий розничных торговых сетей.
16. Экономическая оценка торгово-экономических отношений предприятий розничных торговых сетей.
17. Система торгово-экономических отношений предприятий розничных торговых сетей.
18. Ценообразование в розничных торговых сетях.
19. Перспективы развития оптовой торговли.
20. Государственное регулирование оптово-посреднических операций.

### **Типовая структура экзаменационного билета/зачетного задания**

| <i>Наименование оценочного материала</i> | <i>Максимальное количество баллов</i> |
|--|---------------------------------------|
| <i>Вопрос 1</i>                          | <i>15</i>                             |
| <i>Вопрос 2</i>                          | <i>15</i>                             |
| <i>Задача</i>                            | <i>10</i>                             |

### **Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

Таблица 5

| Шкала оценивания       |                  | Формируемые компетенции                              | Индикатор достижения компетенции                | Критерии оценивания  | Уровень освоения компетенций |
|------------------------|------------------|--|---|--|------------------------------|
| <b>85 – 100 баллов</b> | <b>«отлично»</b> | ПК-4<br>Определение направлений развития организации | ПК-4.1<br>Оценка текущего состояния организации | <b>Знает верно и в полном объеме:</b><br>-методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.<br><br><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> | <b>Продвинутый</b>           |

|                 |          |  |   |   |            |
|-----------------|----------|--|---|---|------------|
|                 |          |  |   | <p>-выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;</p> <p>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</p> <p>- проводить анализ деятельности организации;</p> <p>- представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами.</p>  |            |
|                 |          |  | ПК-4.2<br>Определение параметров будущего состояния организации | <p><b>Знает верно и в полном объеме:</b></p> <p>- сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b></p> <p>- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;</p> <p>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;</p> <p>- разрабатывать бизнес-кейсы.</p>   |            |
| 70 – 84 балла в | «хорошо» | ПК-4<br>Определение направлений развития организации | ПК-4.1<br>Оценка текущего состояния организации                 | <p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b></p> <p>-методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b></p> <p>-выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;</p> <p>-оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</p> <p>-проводить анализ деятельности организации; - представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами.</p> | Повышенный |
|                 |          |  | ПК-4.2<br>Определение параметров будущего состояния организации | <p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b></p> <p>- сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b></p> <p>- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;</p> <p>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;</p> <p>- разрабатывать бизнес-кейсы.</p>   |            |



|                 |                       |  |   |  |                             |
|-----------------|-----------------------|--|---|--|-----------------------------|
| 50 – 69 баллов  | «удовлетворительно»   | ПК-4<br>Определение направлений развития организации | ПК-4.1<br>Оценка текущего состояния организации                 | <p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b><br/>методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b><br/>-выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;<br/>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;<br/>- проводить анализ деятельности организации;<br/>- представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами.</p> | Базовый                     |
|                 |                       |  | ПК-4.2<br>Определение параметров будущего состояния организации | <p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b><br/>- сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b><br/>- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;<br/>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;<br/>- разрабатывать бизнес-кейсы.</p>  |                             |
| менее 50 баллов | «неудовлетворительно» | ПК-4<br>Определение направлений развития организации | ПК-4.1<br>Оценка текущего состояния организации                 | <p><b>Не знает на базовом уровне:</b><br/>- методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b><br/>- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;<br/>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;<br/>- проводить анализ деятельности организации;<br/>- представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами.</p>                | Компетенции не сформированы |
|                 |                       |  | ПК-4.2<br>Определение параметров будущего                       | <p><b>Не знает верно и в полном объеме:</b><br/>- сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа.</p>   |                             |

|  |  |  |                          |  |  |
|--|--|--|--------------------------|--|--|
|  |  |  | состояния<br>организации | <p><b>Не умеет верно и в полном объеме:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;</li> <li>- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;</li> <li>- разрабатывать бизнес-кейсы.</li> </ul> |  |
|--|--|--|--------------------------|--|--|

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»**  
**Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и управления

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.12 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ РОЗНИЧНЫМИ  
ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ**

**Направление подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА**

**Направленность (профиль) программы**  
**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ**  
**(ОРГАНИЗАЦИИ)**

**Уровень высшего образования      *Бакалавриат***

Краснодар – 2021г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

**Цель учебной дисциплины «Экономика и управление розничными торговыми сетями»:** получение базовых и профессиональных знаний для использования на практике понятий, функций и методов постановки, решения и анализа задач оптимального управления розничными торговыми сетями; методов определения экономической эффективности новых объектов сетевой торговли, воздействие развития торговых сетей на потребительский рынок.

**Задачи учебной дисциплины «Экономика и управление розничными торговыми сетями»:**

- овладеть методами анализа и синтеза, оптимизации развития розничных торговых сетей как самоорганизующейся системы;
- уметь руководствоваться нормативно-правовыми источниками при изучении прикладных экономических вопросов;
- приобрести навыки решения практических задач в единстве логистики, производства и продаж;
- опираться на творческий подход при поиске путей вывода розничной торговли из кризиса и обеспечения её устойчивого экономического роста.

### 2. Содержание дисциплины:

| № п/п | Наименование разделов / тем дисциплины  |
|-------|---|
|       | <b>Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ</b>                             |
| 1.    | Тема 1 Теоретические аспекты организации, специализации и типизации розничной торговой сети           |
| 2.    | Тема 2 Конкурентоспособность мировых торговых сетей и отражение её на развитии потребительского рынка |
| 3.    | Тема 3 Экономические стратегии торговых сетей   |
|       | <b>Раздел 2. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ</b>                                      |
| 4.    | Тема 4 Особенности ценообразования и финансового учета скидок при работе с розничными сетями          |

|   |  |
|---|--|
| 5.  | Тема 5 Коммерческая политика торговой компании при работе с розничными сетями  |
| 6.  | Тема 6 Штрафные санкции, применяемые розничными торговыми сетями в отношении поставщиков                             |
| 7.  | Тема 7 Франчайзинг в розничных торговых сетях  |
| 8.  | Тема 8 Создание и поддержание оптимального ассортимента ряда продукции   |
| 9.  | Тема 9 Private label: частная марка в розничной сети   |
| 10.   | Тема 10 Организация мерчандайзинга в розничной сети  |
| 11.   | Тема 11 Эффективная организация различных видов промомероприятий, направленных на получение максимального результата |
| <b>Трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е. / 180 часа</b> |  |

**Форма контроля – экзамен**

Составитель:

Доцент кафедры экономики и управления

Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова К.С. Приходько