

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 01.10.2024 11:42:06

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6a5d1f1070cf199e5 (во внутренней и внешней торговле)

Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе

по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и маркетинг

(во внутренней и внешней торговле)

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

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы

Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2021

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

К.э.н., доцент

М.А. Дубинина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 6 от «21» января 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
Цель и задачи освоения дисциплины	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	12
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	12
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	13
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	14
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	14
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	14
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ	24

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Управление торговой организацией» - обучение студентов навыкам организации и управления торговым предприятием, создание и определение общих управленческих ориентиров, решение управленческих задач в области совершенствования систем сбыта и продаж, способности к анализу и исследованию, оценке и выработке рациональных эффективных решений в процессе профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины «Управление торговой организацией»:

- изучение основных теоретических и практических аспектов управления торговой организацией;
- изучение принципов и функций управления, особенности управления по целям;
- изучение методов управленческого анализа операционной деятельности торговой организации;
- управления и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли;
- изучение управление товарными запасами и их оптимизация;
- изучение управление персоналом
- научиться проводить анализ и исследование коммерческой, маркетинговой, логистической деятельности для разработки стратегии организации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление торговой организацией», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	5 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	180	
Промежуточная аттестация: форма	экзамен, курсовой проект	экзамен, курсовой проект
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	66	40
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	60	34
• лекции	30	14
• практические занятия	30	20
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	1	1
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	1	1
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2

5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
Самостоятельная работа (СР), всего:	114	140
в том числе:		
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	32	32
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	64	90
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	18	18
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-
• <i>другие виды</i>	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-2. Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	ПК-2.1. У-1. Умеет выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)
	ПК-2.2. Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика	ПК-2.2. 3-1. Знает порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам
ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	ПК-3.2. 3-1. Знает и применяет основы менеджмента
ПК-4. Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	ПК-4.4 У-1. Умеет использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков
		ПК-4.4 У-2. Умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 3

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (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, Кагтэк, Кагт, ИК	Всего					
Семестр 7												
1.	Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.	4	4	-	-	8/-	16	ПК-3.2	ПК-3.2. 3-1	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями. Методы управления и оценка их эффективности. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей. Оценка альтернативных стратегий торговли. Реализация стратегий предприятий торговли. Управление торговой единицей и ее составляющие.	4	4	-	-	8/-	16	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР	-
3.	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия. Моделирование коммерческой деятельности. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли. Управление закупками. Управление ассортиментом товаров. Управление товарными запасами. Управление маркетингом. Управление продажами товаров.	4	4	-	-	8/-	16	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1	О.	Т.	Ин.п.

4.	Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле. Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли. Разработка маркетинговых стратегий. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка. Маркетинг закупок. Маркетинг-логистика. Организация мерчандайзинга. Маркетинг-аудит. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле	4	4	-	-	10/-	18	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР, Т	-
5.	Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров. Планировочные решения в розничных организациях. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях. Стратегия продаж. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях. Методология определения эффективности применения методов продаж. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета. Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Факторы, определяющие развитие складской сети. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах. Методы расчета потребности в технологическом механическом оборудовании. Методика определения эффективности использования складской площади и складского обмена.	6	6	-	-	10/-	22	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-1	О.	Т.	Ин.п.
6.	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации. Оптимальный выбор ассортимента услуг с учетом формата розничной торговой организации. Элементы и оценка качества торгового обслуживания и методы их расчета. Стимулирование сбыта. Предпродажный и послепродажный сервис. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации. Цели стимулирования продаж. Методы стимулирования покупателей, труда персонала розничной организации.	4	4	-	-	10/-	18	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР	Р.

7.	Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли. Кадровая политика предприятия. Характеристика персонала торгового предприятия. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии. Обоснование потребности в кадрах, квалификационная структура штатов предприятия. Штатное расписание. Оформление должностной инструкции. Формирование трудового коллектива торгового предприятия. Производственный коллектив как объект управления. Содержание труда работников торгового предприятия. Подготовка и повышение квалификации персонала. Управление посредством делегирования обязанностей и полномочий. Система мотивации персонала в торговле.	4	4	-	-	10/-	18	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-1 ПК-4.4 У-2.	О.	Т.	Р
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Индивидуальные консультации (ИК)</i>	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа на курсовую работу (СРкр)</i>	-	-	-	-	18/-	18	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	30	30	-	-	114/6	180	-	-	-	-	-

Таблица 4

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

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (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, ИК	Всего					
Семестр 8												
1.	Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.	2	2	-	-	12/-	16	ПК-3.2	ПК-3.2. 3-1	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями. Методы управления и оценка их эффективности. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей. Оценка альтернативных стратегий торговли. Реализация стратегий предприятий торговли. Управление торговой единицей и ее составляющие.	2	2	-	-	12/-	16	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР	-
3.	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия. Моделирование коммерческой деятельности. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли. Управление закупками. Управление ассортиментом товаров. Управление товарными запасами. Управление маркетингом. Управление продажами товаров.	2	2	-	-	12/-	16	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1	О.	Т.	Ин.п.

4.	Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле. Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли. Разработка маркетинговых стратегий. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка. Маркетинг закупок. Маркетинг-логистика. Организация мерчандайзинга. Маркетинг-аудит. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле	2	4	-	-	12/-	18	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР, Т	-
5.	Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров. Планировочные решения в розничных организациях. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях. Стратегия продаж. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях. Методология определения эффективности применения методов продаж. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета. Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Факторы, определяющие развитие складской сети. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах. Методы расчета потребности в технологическом механическом оборудовании. Методика определения эффективности использования складской площади и складского обмена.	2	4	-	-	16/-	22	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-2.1. У-1 ПК-2.2. 3-1 ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-1	О.	Т.	Ин.п.
6.	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации. Оптимальный выбор ассортимента услуг с учетом формата розничной торговой организации. Элементы и оценка качества торгового обслуживания и методы их расчета. Стимулирование сбыта. Предпродажный и послепродажный сервис. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации. Цели стимулирования продаж. Методы стимулирования покупателей, труда персонала розничной организации.	2	4	-	-	12/-	18	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-2.	О.	КР	Р.

7.	Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли. Кадровая политика предприятия. Характеристика персонала торгового предприятия. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии. Обоснование потребности в кадрах, квалификационная структура штатов предприятия. Штатное расписание. Оформление должностной инструкции. Формирование трудового коллектива торгового предприятия. Производственный коллектив как объект управления. Содержание труда работников торгового предприятия. Подготовка и повышение квалификации персонала. Управление посредством делегирования обязанностей и полномочий. Система мотивации персонала в торговле.	2	2	-	-	14/-	18	ПК-3.2 ПК-4.4	ПК-3.2. 3-1 ПК-4.4 У-1 ПК-4.4 У-2.	О.	Т.	Р
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-	-	-/1	1	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа на курсовую работу (СРкр)	-	-	-	-	18/-	18	-	-	-	-	-
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	14	20	-	-	140/6	180					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Контрольная работа (КР)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Индивидуальный проект (Ин.п.)

Реферат (Р)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Иванов Г.Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2020. - 368 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356009>
2. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчианц. - 6-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 398 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431691>
3. Управление продажами: учебник / под общ. ред. С. В. Земляк. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2023. — 300 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=427037>

Дополнительная литература:

1. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. - 300 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=426516>
2. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. - 3-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 278 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358535>
3. Иванова, С. Не продают? Будут! Всё об управлении отделом продаж : практическое руководство / С. Иванова. - Москва: Альпина Паблишер, 2021. - 204 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=387304>
4. Тюлин, А. Е. Управление конкурентоспособностью продукции : учебник / А. Е. Тюлин, А. А. Чурсин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 215 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=390352>
5. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник / под ред. О.К. Миневой.- М. : ИНФРА-М, 2021. — 160 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=398648>

Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). - http://ivo.garant.ru/#/basesearch/Закон_о_торговле:0
2. Гражданский кодекс Российской Федерации часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ – <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8>
3. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. «Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N582-ст) - http://www.baikonuradm.ru/userfiles/file/2016jul/GOST%20R%2051303_2013_.pdf
4. ГОСТ Р 51304-2009 Национальный стандарт Российской Федерации. «УСЛУГИ ТОРГОВЛИ Общие требования» (утв. Приказом Росстандарта от от 15 декабря 2009 г. № 769-ст) - <http://base1.gostedu.ru/59/59360/index.htm>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно - правовая система «Гарант»

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Библиографическая и реферативная база данных Scopus
<https://www.elsevier.com/solutions/scopus>

2. Исследовательская база данных EBSCO <https://www.ebsco.com/>
3. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
4. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <https://www.rst.gov.ru/portal/gost/home/standarts/catalognational>

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 «Современная торговля» - <http://panor.ru/news/?category=73>
4. Журнал «Торговая политика» - <https://tpjournal.hse.ru/>
5. Журнал «Маркетинг розничной торговли» - <https://www.grebennikoff.ru/product/5>

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

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:
 - Microsoft Word
 - Microsoft Excel
 - Microsoft Power Point
 - Microsoft Access
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление торговой и экспертной организацией» 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: ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, принтер, учебно-наглядные пособия;

для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным 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

- Методическое пособие по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.

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 «Управление торговой организацией» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 5

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

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 МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы 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:

1. Анализ и оценка эффективности деятельности оптового/розничного торгового предприятия.
2. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности оптового/розничного торгового предприятия.

3. Анализ и управление коммерческой деятельностью хозяйственного предприятия (по отраслям и сферам применения) в условиях рынка.
4. Комплексная оценка деятельности торговой организации.
5. Совершенствование организации отдела продаж торговой организации.
6. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
7. Моделирование коммерческой деятельности в оптовых/розничных торговых предприятиях по закупке и продаже потребительских товаров.
8. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
9. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью оптовой/розничной торговой фирмы.
10. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
11. Управление процессами продажи на предприятиях в условиях конкуренции.
12. Управление процессами товародвижения на рынке.
13. Управление процессом торгового обслуживания предприятия.
14. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
15. Планирование и организация сбыта товаров на предприятии (по отраслям и сферам применения).
16. Планирование и организация торгово-технологического процесса в розничном торговом предприятии и его результативность.
17. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
18. Планирование коммерческой деятельности предприятия на основе учета влияния внешних и внутренних факторов.
19. Управление системой маркетинговых коммуникаций оптового/розничного торгового предприятия.
20. Сервис и профессиональная этика в процессе обслуживания покупателей предприятием в рыночных условиях
21. Сервисное обслуживание в торговле и перспективы его развития в современных условиях.
22. Система управления коммерческой деятельностью предприятия, функционирующего на отраслевом рынке.
23. Система управления коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий (различных видов).
24. Управление системой закупок и поставок торговой организации.
25. Управление ассортиментной политикой торгового предприятия.
26. Управление логистической деятельностью торгового предприятия.
27. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии: планирование, структура управления и эффективность.
28. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
29. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
30. Стратегический анализ внешней и внутренней среды торговой организации.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны.
2. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.

3. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли.
4. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.
5. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.
6. Роль торговли в сфере товарного обращения
7. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
8. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
9. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
10. Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
11. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
12. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
13. Методы управления и оценка их эффективности.
14. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей.
15. Оценка альтернативных стратегий торговли.
16. Реализация стратегий предприятий торговли.
17. Управление торговой единицей и ее составляющие.
18. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.
19. Моделирование коммерческой деятельности.
20. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли.
21. Управление закупками.
22. Управление ассортиментом товаров.
23. Управление товарными запасами.
24. Управление маркетингом.
25. Управление продажами товаров.
26. Управление рекламной деятельностью торговой организации.
27. Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле.
28. Функции маркетинга в торговле.
29. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли.
30. Разработка маркетинговых стратегий.
31. Проведение маркетинговых исследований торговой деятельности.
32. Сегментирование рынка предприятием торговли.
33. Маркетинг закупок.
34. Маркетинг-логистика.
35. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле.
36. Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях.
37. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров.
38. Планировочные решения в розничных организациях торговли.
39. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса.
40. Организация мерчандайзинга на предприятии розничной торговли.
41. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях.
42. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой.
43. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета.

44. Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Факторы, определяющие развитие складской сети.
45. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах.
46. Методология определения эффективности применения методов продаж.
47. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации.
48. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации.
49. Стимулирование сбыта на оптовом предприятии.
50. Предпродажный и послепродажный сервис на оптовых и розничных предприятиях.
51. Элементы и оценка качества торгового обслуживания и методы их расчета.
52. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.
53. Цели стимулирования продаж.
54. Методы стимулирования покупателей в розничной торговле.
55. Методы стимулирования труда персонала розничной организации.
56. Кадровая политика торгового предприятия.
57. Характеристика функциональных обязанностей персонала торгового предприятия.
58. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии.
59. Оформление и разработка должностных инструкций.
60. Формирование трудового коллектива торгового предприятия.
61. Содержание труда работников торгового предприятия.
62. Система мотивации персонала в торговле.
63. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия.
64. Основные типы оптовых и розничных торговых предприятий.
65. Возможности применения матрицы И. Ансоффа при разработке стратегий развития торгового предприятия.
66. Торговый ассортимент: понятие, принципы формирования, характеристики.
67. Использование матрицы BCG, ABC и XYZ анализа в планировании торгового ассортимента и товарных запасов.
68. Основные положения Закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
69. Маркетинговые коммуникации в розничной торговле: понятие, цели, задачи и основные направления развития.
70. Типы конкуренции в розничной торговле: внутриформатная, межформатная, ассортиментная, перехватывающая.
71. Понятие конкурентного преимущества торгового предприятия: внешнее и внутреннее.
72. Использование новых информационных технологий на предприятиях торговли.

Типовые практические задания к экзамену:

1. Суммарный товароборот, рассчитанный по выборке товарных артикулов, составляет 1 268 875,14 руб., сумма реализованной торговой надбавки, соответственно 313 418,87 руб. Какова средняя маржинальная доходность по данной категории товаров?
2. Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,226. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.
3. Вычислите значения показателей ассортимента магазина «Продукты». Коэффициент широты ассортимента в магазине «Продукты», если в оптовом магазине

количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разрозненных групп составляет 5000, а в магазине 2000

Типовые тестовые задания:

1. Предметом управленческого труда торговой организации является:

- А) Ресурсы организации
- Б) Информация
- В) Техника производства

2. Организация как система управления характеризуется:

- А) Наличием признаков, присущих системам управления
- Б) Наличием оборудования
- В) Территориальным расположением

3. Система управления, это:

- А) Совокупность работ, определяющих направление деятельности
- Б) Совокупность взаимосвязанных элементов в пространстве, расположенных иерархически; +
- В) Состав подразделений

4. Организационная структура отражает:

- А) Строение системы управления
- Б) Мотивацию персонала
- В) Техническое оснащение

5. Организация в системе управления представляет:

- А) Конкретную форму объединения людей для достижения поставленных целей
- Б) Объединение функций
- В) Объединение решений

Примеры вопросов для проведения опроса:

1. Объясните на конкретных примерах возможность применения различных концепций управления в деятельности организаций.

2. Объясните возможность использования принципов маркетинга в управлении организацией.

3. Рассмотрите примеры влияния факторов внешней среды на деятельность торговых предприятий и их ответные реакции.

4. Проанализируйте состояние российского рынка оптовой и розничной торговли, их динамику и перспективы.

5. В чем состоят особенности маркетинга оптового и розничного предприятий торговли.

6. На примере конкретного предприятия оптовой и розничной торговли рассмотрите использование элементов комплекса маркетинга.

7. Охарактеризуйте маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле

8. Опишите задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли.

9. Расскажите о наиболее важных сферах маркетинговых исследований, проводимых оптовым предприятием.

10. В чем заключается маркетинг-логистика оптовой компании?

11. Дайте характеристику маркетинговым решениям в системе продаж.

12. По каким причинам производится расширение ассортимента?

13. По каким направлениям в оптовой и розничной торговле осуществляется стимулирование продаж?

Тематика индивидуальных проектов:

1. Совершенствование управления торговой организацией.
2. Совершенствование торгово-технологических процессов предприятия.

Примеры типовых заданий для контрольной работы:

1. Сравнительная характеристика традиционных и мерчандайзинговых типов планировки торгового зала и размещения оборудования.
2. Мерчандайзинговый подход к выбору оборудования для торгового зала. Правила размещения оборудования.
3. Выкладка товаров с учетом психологических особенностей посетителя торгового зала и адекватного распределения познавательного ресурса посетителя по мере движения по торговому залу и изучения товаров.
4. Оценка влияния современных технологий на качество оказания розничных услуг.
5. Характеристика элементов, используемых для формирования атмосферы торгового зала магазина.
6. Основные тенденции в развитии сервиса современных торговых предприятий.
7. Характеристика видов POS- материалов, размещаемых в месте продаж, их назначение.
8. Задачи и преимущества автоматизированного управления оперативными процессами на предприятиях торговли.

Тематика рефератов:

1. Роль торговли в сфере товарного обращения.
2. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
3. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
4. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
5. Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
6. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России

Типовая структура экзаменационного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Практическое задание (ситуационная задача)</i>	<i>10</i>

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

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает верно и в полном объеме: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет верно и в полном объеме: - выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Продвинутый
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает с незначительными замечаниями: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет с незначительными замечаниями: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Повышенный
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает на базовом уровне, с ошибками: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет на базовом уровне, с ошибками: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Базовый
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Не знает на базовом уровне: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Не умеет на базовом уровне: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Компетенции не сформированы

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 торговли и общественного питания

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Направление подготовки **38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль) программы
ТОРГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ (ВО ВНУТРЕННЕЙ И
ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ)

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2021 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Управление торговой организацией» - обучение студентов навыкам организации и управления торговым предприятием, создание и определение общих управленческих ориентиров, решение управленческих задач в области совершенствования систем сбыта и продаж, способности к анализу и исследованию, оценке и выработке рациональных эффективных решений в процессе профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины «Управление торговой организацией»:

- изучение основных теоретических и практических аспектов управления торговой организацией;
- изучение принципов и функций управления, особенности управления по целям;
- изучение методов управленческого анализа операционной деятельности торговой организации;
- управления и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли;
- изучение управление товарными запасами и их оптимизация;
- изучение управление персоналом
- научиться проводить анализ и исследование коммерческой, маркетинговой, логистической деятельности для разработки стратегии организации.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей
2.	Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью
3.	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли
4.	Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле
5.	Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях
6.	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях
7.	Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли
Трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е. / 180 часов	

Форма контроля –экзамен, курсовой проект

Разработчик:

М.А. Дубинина, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова