

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 12:55:21
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.25. Менеджмент торговой организации

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент непроизводственной сферы

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2024

Донецк

Автор-составитель РПД:

Жукова А.О., канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Е.В., канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.В.25. Менеджмент торговой организации одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от « 27 » октября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Ознакомление с основами управления предприятием торговли, торгового персонала, основных экономических показателей с учетом тенденций развития хозяйственных связей.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

изучить организационные основы функционирования оптовых и розничных организаций как объектов управления с учетом их места и роли на потребительском рынке товаров и услуг, особенностей их внешней и внутренней среды;

изучение состава и структуры системы управления торговыми предприятиями;

выявить особенности формирования основных направлений деятельности торговой организации; управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т. д.

систематизация особенностей управленческой деятельности на предприятиях торговли в процессе планирования, организации, мотивации и контроля;

изучение подходов к решению проблем экономического и финансового характера торгового предприятия;

усвоение системы управления маркетингом и конкурентоспособностью торгового предприятия.

развить практические навыки анализа направлений деятельности торговой организации, оценки ее результатов и оптимизации для повышения эффективности и конкурентоспособности.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В

1.3.1. Дисциплина "Менеджмент торговой организации" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Внешняя среда бизнеса

Маркетинг

Теория организаций

Основы сервисной деятельности

1.3.2. Дисциплина "Менеджмент торговой организации" выступает опорой для следующих элементов:

Методы принятия управленческих решений

Бизнес-планирование

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПКс-7.2: Способен проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, оценивает экономические и социальные условия осуществления торговой деятельности, выявляет новые рыночные возможности для формирования новых бизнес-моделей

Знать:

Уровень 1 рыночные и специфические риски;

Уровень 2 методы принятия управленческих решений

Уровень 3 рыночные и специфические риски и методы принятия управленческих решений.

Уметь:

Уровень 1 проводить анализ рисков;

Уровень 2 оценивать экономические и социальные условия торговой деятельности;

Уровень 3 проводить анализ рисков и оценивать экономические и социальные условия торговой деятельности.

Владеть:

Уровень 1 навыками анализа рыночных и специфических рисков;

Уровень 2 навыками оценки экономических и социальных условий осуществления торговой деятельности;

Уровень 3 навыками анализа рыночных и специфических рисков и навыками оценки экономических и социальных условий осуществления торговой деятельности.

В результате освоения дисциплины "Менеджмент торговой организации" обучающийся

3.1 **Знать:**

	внешнюю и внутреннюю среду организации; методы определения экономической эффективности бизнес-процессов торгового предприятия; функции менеджмента: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; теорию и практику организации услуг в торговле, историю его развития, особенности обслуживания на предприятиях торговли; методологию разработки и внедрения технологических, продуктовых, инноваций или организационных изменений; основы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.
3.2	Уметь:
	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента; делового и управленческого общения; прогнозировать бизнес-процессы торгового предприятия; планировать и организовывать работу подразделения; применять методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; разрабатывать и внедрять технологические, продуктовые, инновации или организационные изменения; внедрять в практику торговли новые услуги и прогрессивные технологии обслуживания потребителей.
3.3	Владеть:
	навыками оценки экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели; навыками оценки эффективности бизнес-процессов торгового предприятия; способностью планировать и управлять деятельностью магазина, персонала и продажей путем выбора соответствующей стратегии и тактики; навыками работы с действующими законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления торговой деятельности; навыками эффективной организации документационного обеспечения торговой деятельности; навыками принятия решений в сфере торгового менеджмента.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятиях, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Менеджмент торговой организации" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Менеджмент торговой организации" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инспект.	Примечание
Раздел 1. 1. Концепция менеджмента в торговле						
Тема 1.1. Сущность, цель и задачи торгового менеджмента /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.1. Сущность, цель и задачи торгового	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.1	0	

менеджмента /Сем зан/				Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4		
Тема 1.2. Организация торгово-технологического процесса. Основы проектирования магазинов /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Организация торгово-технологического процесса. Основы проектирования магазинов /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.3. Менеджмент оптовой торговой организации /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.4.Менеджмент розничной торговой организации /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.4.Менеджмент розничной торговой организации /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.5.Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.6.Маркетинг торговли /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.6.Маркетинг торговли /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.6.Маркетинг торговли /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.7.Управление персоналом предприятий торговли /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.7.Управление персоналом предприятий торговли /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

Раздел 2. 2.Экономические и финансовые основы торгового менеджмента					
Тема 2.1.Управление товарооборотом /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.1.Управление товарооборотом /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.2.Управление доходами /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.2.Управление доходами /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.2.Управление доходами /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.3.Управление издержками и прибылью /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.3.Управление издержками и прибылью /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.4.Управление активами /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.4.Управление активами /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.4.Управление активами /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0
Тема 2.5.Управление капиталом /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0

Тема 2.5.Управление капиталом /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.5.Управление капиталом /Ср/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.6.Управление инвестициями /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.7.Анализ рыночных и специфических рисков торговой деятельности /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.7.Анализ рыночных и специфических рисков торговой деятельности /Ср/	5	3	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Раздел 3. 3.Управление процессами обслуживания в торговых предприятиях						
Тема 3.1.Экономические и социальные условия осуществления торговой деятельности /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.1.Экономические и социальные условия осуществления торговой деятельности /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.2.Послепродажное обслуживание в деятельности предприятия /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.3.Организация процесса и система качества обслуживания клиента /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.3.Организация процесса и система качества обслуживания клиента /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.4.Сервисная политика торгового предприятия /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

Тема 3.4.Сервисная политика торгового предприятия /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Раздел 4. 4.Концепция эффективной деятельности торгового предприятия						
Тема 4.1.Инновационный менеджмент в торговле /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 4.1.Инновационный менеджмент в торговле /Сем зан/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 4.2.Оценка деятельности структурных подразделений предприятий торговли /Лек/	5	2	ПКс-7.2	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
/КЭ/	5	2				
/Каттэк/	5	9				
/СРЭк/	5	18				

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины «Менеджмент торговой организации» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (С3), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Организация и управление торговыми предприятиями	Ульяновск : УлГТУ, 2020

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Э. Н. Разнодежина, А. Ю. Разнодежин	современных форматов : учебное пособие (81 с.)	
Л1.2	Одинцова, М. А.	Информационные системы управления торговым предприятием : учебно-методическое пособие (61 с.)	Москва : РТУ МИРЭА, 2020

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Шершеневич, Г. Ф.	Учебник торгового права: учебник для вузов (303 с.)	Москва : Издательство Юрайт, 2021
Л2.2	Башаримова, С. И.	Организация торговли. Практикум :: Учебное пособие (295 с.)	Минск : РИПО, 2019
Л2.3	Чеглов, В. П.	Торговое дело. Экономика и управление интегрированной торговой организацией (торговой системой). : Курс лекций : учебное пособие (207 с.)	Москва : Проспект, 2019
Л2.4	М. А. Цветков, И. Ю. Цветкова, Л. Ю. Кундина, Т. Д. Мурanova	Практикум по дисциплине «Менеджмент торговых предприятий»: учебно-методическое пособие (207 с.)	Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019
Л2.5	Е. А. Кипервар, В. А. Ковалев, А. И. Чумаков	Управление розничным торговым предприятием: учебное пособие (151 с.)	Омск : ОмГТУ, 2020

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Жукова А.О., Пастушенко С. Я.	Менеджмент торговой организации: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной формы обучения (27 с.)	Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024
Л3.2	Жукова А.О., Пастушенко С.Я.	Менеджмент торговой организации: Конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной формы обучения (124 с.)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024
Л3.3	Жукова А.О. , Пастушенко С.Я.	Менеджмент торговой организации: Методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной формы обучения (45 с.)	Донецк:ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024

4.2. Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	АУР.РУ - ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА ПО ВОПРОСАМ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА	http://www.aup.ru
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
Э4	ЭБС «SOCHUM»	https://sochum.ru
Э5	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Оценочный портал <http://www.ocenchik.ru/>

База данных Ассоциации менеджеров России www.amr.ru

Портал профессионального сообщества менеджеров www.e-xecutive.ru

Портал профессионального сообщества менеджеров www.grebennikon.ru

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Социально-экономическая сущность внутренней торговли.

Роль торговли в организации товарообмена на потребительском рынке.

Функции торговли.

Формы торговли, их экономическая сущность и место в организации и продвижении материальных потоков.

Роль оптовых торговых предприятий в организации товародвижения и товаровснабжения.

Функции оптовых торговых организаций (операторов) федерального и регионального значения на потребительском рынке.

Независимые оптовые торговые организации и фирменный опт торговых и промышленных фирм: организационно-правовой статус, роль в организации товаровнабжения розничной торговой сети, выполняемые функции.

Роль дилеров и дистрибуторов в организации оптового оборота, их функции и структура управления.

Организационная структура управления оптовыми торговыми организациями разного типа, функции их структурных подразделений.

Виды коммерческих посредников и их роль в каналах распределения.

Функции коммерческо-посреднических организаций и их роль в организации товародвижения.

Различия в услугах, предоставляемых коммерческо-посредническими организациями разного вида.

Формы мотивации коммерческих посредников.

Критерии отбора коммерческих посредников.

Организация и управление ярмарками, их роль в налаживании хозяйственных связей между участниками потребительского рынка.

Организация выставок-продаж и их роль в продвижении новых товаров на потребительском рынке.

Основные характеристики ассортимента оптовой торговой организации.

Особенности и факторы, влияющие на формирование ассортимента в оптовой торговле.

Ассортиментная политика оптовой торговой организации.

Планирование ассортимента и его этапы.

Критерии оценки ассортимента.

Цели и основные задачи политики распределения.

Алгоритм организации оптовой продажи товаров, выбора и оценки поставщиков.

Стратегия выбора и оценка каналов товародвижения.

Методы продажи товаров и рекомендации по их выбору с учетом конкретных условий.

Оперативное управление процессами оптовой продажи товаров.

Характеристика и условия применения корпоративной, функциональной и бизнес стратегии в розничной торговле.

Взаимосвязь организационной структуры организации с реализацией выбранных ею стратегий.

Ключевые элементы информационной системы управления розничной торговлей.

<p>Основные виды и типы розничных торговых организаций и их роль в торговом обслуживании населения. Особенности организации и управления объектами мелкорозничной торговли.</p> <p>Интеграционные процессы в розничной торговле. Особенности управления цепными розничными сетями (ритейлами), торговыми центрами.</p> <p>Цели, преследуемые розничными торговыми организациями при размещении их магазинов.</p> <p>Принципы размещения розничной торговой организации.</p> <p>Функциональная система размещения торговой сети.</p> <p>Оценка местоположения розничной торговой организации в конкурентном окружении с точки зрения рациональности размещения.</p> <p>Основные направления в товарной специализации розничных торговых организаций в рыночных условиях.</p> <p>Ассортиментная политика розничной торговой организации на различных этапах ее жизненного цикла.</p> <p>Планирование ассортимента и механизм контроля</p> <p>Управленческие решения при выборе потенциального поставщика розничной торговой организации.</p> <p>Сущность и методы управления товарными запасами.</p> <p>Организация и координация деятельности работников розничной торговой организации в области продаж.</p> <p>Формирование лояльности покупателей по отношению к организации и товару.</p> <p>Преимущества и недостатки розничной торговли лицензионными марками.</p> <p>Психология продаж.</p> <p>Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи.</p> <p>Особенности управления торговово-технологическим процессом в супермаркетах.</p> <p>Особенности управления торговово-технологическим процессом в гипермаркетах.</p> <p>Особенности управления торговово-технологическим процессом в универсамах и универмагах.</p> <p>Особенности управления торговово-технологическим процессом в узкоспециализированных магазинах.</p> <p>Рыночные ситуации, обуславливающие необходимость стимулирования продаж в розничной торговле.</p> <p>Экономические и психологические методы стимулирования покупателей для активизации продвижения товаров.</p> <p>Специальные распродажи в розничной торговле.</p> <p>Мотивация работников магазина с целью увеличения объема продаж.</p> <p>Особенности взаимодействия поставщиков и розничных торговых организаций в продвижении товаров.</p> <p>Формирование организационной культуры в розничной торговой организации.</p> <p>Оценка покупателями качества обслуживания.</p> <p>Построение устойчивых доброжелательных отношений с покупателями.</p> <p>Услуги в розничной торговой организации и их роль в повышении конкурентоспособности.</p>
<p>5.2. Темы письменных работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль и функции оптовой торговли в развитии и укреплении хозяйственных связей на внутреннем рынке страны. 2. Государственное регулирование потребительского рынка товаров и услуг: цели, задачи и механизм. 3. Развитие малого предпринимательства в торговле и его роль в обслуживании населения. 4. Государственная поддержка малого предпринимательства в торговле. 5. Принципы организации и управления оптовой торговой организацией. 6. Оптовые торговые организации регионального значения и их роль в развитии потребительского рынка. 7. Независимые распределительные центры и их роль в товароснабжении розничной торговой сети. 8. Мелкооптовые магазины-склады самообслуживания и их роль в товароснабжении предприятий малого бизнеса. 9. Внутрифирменные интеграционные процессы в оптовой торговле. 10. Роль коммерческо-посреднических структур на рынке оптовых услуг и критерии оценки результатов их деятельности. 11. Виды организаторов оптового оборота и их роль в установлении хозяйственных связей. 12. Оптовые продовольственные рынки и их роль в продвижении сельскохозяйственной продукции. 13. Управление формированием ассортимента оптовой торговой организации. 14. Принципы управления оптовой закупкой товаров. 15. Принципы управления оптовой продажей товаров. 16. Выбор канала товародвижения с учетом особенностей региона, обслуживаемого оптовой торговой организацией. 17. Управленческие решения при выборе типа склада с учетом специфики ассортимента и величины запасов единовременного хранения. 18. Методология планирования, развития и размещения складской сети торговой организации. 19. Управление складским технологическим процессом и критерии оценки эффективности его организации. 20. Оптимальный выбор формата розничной торговой организации с учетом типа города и характера жилой застройки.

21. Размещение торговой организации: принципы и методы оптимизации.
22. Особенности управления ритейловыми сетями.
23. Особенности управления распределительными центрами в деятельности розничной торговой фирмы.
24. Формирование товарного ассортимента розничной организации и обеспечение его устойчивости.
25. Управление товароснабжением розничной организации.
26. Создание организационно-технологических и социально-психологических условий для продажи товаров.
27. Стимулирование торгового персонала розничной организации с целью увеличения объема продаж.
28. Управление продажами в розничной торговле.
29. Экономические методы стимулирования продажи и оценка целесообразности их использования.
30. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса.
31. Управление оперативными процессами в розничных организациях.
32. Особенности управления торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли.
33. Оценка эффективности рекламы.
34. Управление созданием и продвижением брендов.
35. Управление рекламной деятельностью в розничной торговле.
36. Управление продвижением товаров на потребительский рынок в целях активизации процесса.
37. Мерчендайзинг как управленческое решение по стимулированию продаж.
38. Рекламные методы продвижения товаров, используемые в розничной торговле.
39. Управленческие решения по размещению товаров в торговом зале.
40. Ассортимент услуг розничных торговых организаций различного формата и их влияние на культуру торгового обслуживания.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Менеджмент торговой организации" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Менеджмент торговой организации" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный/письменный опрос, доклад, ситуационные задачи, тестирование

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТИМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Предлагаемые рекомендации оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы дисциплины; изучить и законспектировать соответствующие темы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, рефератов, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Обязательной формой индивидуальной работы является подготовка студентом 2 и более рефератов или презентаций (по одному из двух разделов, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины), согласно перечню тем индивидуальных работ, с последующим докладом на семинаре.

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы учебной дисциплины. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течение семинарского занятия обучающемуся необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал учебной дисциплины становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему.