

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление торговой организацией

Кафедра коммерции и маркетинга

Образовательная программа
Направление: 38.03.06 - «Торговое дело»

Профиль подготовки
«Коммерция»

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная, заочная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2017 год

Рабочая программа дисциплины «Управление торговой организацией» составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.06. – «Торговое дело» (уровень бакалавриат)

от «12» ноября 2015г. №1334.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга Абдуллаев Н.А. к.э.н. доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от
«18» апреля 2017г., протокол № 9

Зав. кафедрой _____ Умавов Ю.Д.

на заседании Учебно-методического совета факультета управления от
«12» мая 2017 г., протокол №9.

Председатель _____ Камалова Т.А.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно- методическим
управлением «1» июня 2017 г. _____

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	6
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	6
4. Объем, структура и содержание дисциплины.	7
4.1. Объем дисциплины	7
4.2. Структура дисциплины.....	7
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	9
5. Образовательные технологии	9
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	18
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.	20
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	20
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	20
7.3. Типовые контрольные задания	22
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	31
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	36
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	36
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	36
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.	37
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	38

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Управление торговой организацией» входит в профессиональный цикл вариативной части дисциплин образовательной программы бакалавриат по направлению 38.03.06. –«Торговое дело» и является обязательной для изучения.

Дисциплина реализуется на факультете управления, кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией и управлением коммерческой деятельности, направленных на ее совершенствование, овладения студентами организационными знаниями и действиями, направленными на совершенствование процессов купли-продажи, обмена и продвижения товаров и услуг от производителей к потребителям для удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли, приобретением студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении торговыми организациями с учетом специфики оптовой и розничной торговли.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных ПК-8, ПК-19.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

Объем дисциплины **4** зачетных единиц, в том числе **144** академических часов по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен	
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен		
	Все го	из них						
	Лекц ии	Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
7	144	18		36	2		88	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Управление торговой организацией» как профессиональная вариативная входит в учебный план направления 38.03.04.- «Торговое дело» в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по данному направлению.

Цель курса: приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении торговыми организациями с учетом специфики оптовой и розничной торговли.

Предметом дисциплины: - является формирование знаний в области управления организацией, что позволяет значительно повысить эффективность ее функционирования на потребительском рынке в условиях сложившейся в Российской Федерации жесткой конкуренции.

Задачи курса:

- 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;

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

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

Структура курса. В процессе изучения данного курса рассматриваются концепции развития внутренней торговли и на ее основе комплекс вопросов организации и управления оптовой и розничной торговли, способствующих эффективному их функционированию.

Курс содержит 3 раздела: концептуальные основы управления торговлей и менеджмент оптовой и розничной торговой организацией, в которых раскрываются следующие аспекты: изучение методов регулирования

торговой деятельностью на разных уровнях управления, вопросы управления торгово-технологическим процессом; товарной, сбытовой, ценовой политики, эффективности деятельности торговых организаций и т.д.

Данный курс является инструментом формирования у студентов системы знаний в области менеджмента торговой организации для их дальнейшего использования в практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриат

Дисциплина «Управление торговой организацией» входит в федеральный компонент профессионального цикла вариативной части образовательной программы бакалавриат по направлению 38.03.06. – «Торговое дело» и является обязательной для изучения.

Курс «Управление торговой организацией» изучается после курса «Коммерческая деятельность», «Менеджмент», «Техническая оснащенность организаций и охрана труда», «Экономика организации» «Логистика» «Организация торговой деятельности» и параллельно курсу «Управление ассортиментом торговой организации» и «Управление товарными запасами». Содержание курса включает формирование навыков в организации и управлении коммерческой деятельности предприятия.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-8.	Способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	Знать: методы оценки принятых организационно-управленческих решений; Уметь: оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; Владеть: навыками применения полученных знаний в практической деятельности.
ПК-19		Знать: методы управления проектами и современное

	<p>Готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности.</p>	<p>программное обеспечение, Уметь: разрабатывать проекты и проводить их оценку, Владеть: методами разработки и реализации проектов</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц,

144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторн ые занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Концептуальные основы управления торговлей									
1	<i>Тема 1.1.</i> Роль торговли в формировании потребительского рынка	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	<i>Тема 1.2.</i> Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	<i>Тема 1.3.</i> Оптово – розничные торговые организации и принципы управления их деятельностью	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа

	Итого по модулю 1:	36		6	12			18	Тестирование
Модуль 2. Менеджмент оптово- розничной торговли									
4	Тема 2.1. Особенности управления ассортиментом оптовой торговой организации	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Управление складским технологическим процессом .	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
6	Тема 2.3. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети	7		2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
	Итого по модулю 2:	36		6	12			18	тестирование
Модуль 3. Менеджмент оптово- розничной торговли									
7	Тема 3.1. Формирование эффективной системы товароснабжения оптово-розничной торговой организации	7	10, 11	2	4		2	6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
8	Тема 3.2. Управление торгово-технологическим процессом в розничных торговых организациях	7	12, 13	2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
9	Тема 3.4. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	7	16, 17	2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
	Итого по модулю 3:	36		6	12		2	16	тестирование
	Экзамен	36						36	тестирование
	ИТОГО:	144		18	36		2	88	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Концептуальные основы управления торговлей

Тема 1.1. Роль торговли в формировании потребительского рынка

Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Развитие малого бизнеса в новых экономических условиях и его роль в организации торгового обслуживания населения. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Проблемы торгового обслуживания населения и современные направления их решения. Мировые тенденции в развитии оптовой и розничной торговли. Процессы глобализации торгового капитала и интеграции предприятий малого бизнеса. Виды торговых организаций и предприятий в зарубежной торговле.

Тема 1.2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения

Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг. Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном, региональном и местном уровнях управления: их задачи, функции и направления деятельности. Механизм регулирования внутренней оптовой и розничной торговли: методы и инструментарий. Государственная поддержка малого бизнеса в торговле. Роль и задачи органов местного самоуправления в регулировании торговой деятельности. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

Тема 1.3. Оптово – розничные торговые организации и принципы управления их деятельностью

Задачи, сущность и функции оптово-розничных торговых организаций, основные направления их деятельности и роль в формировании хозяйственных связей на потребительском рынке товаров и услуг.

Виды оптовых торговых организаций. Независимые оптовые организации с полным и неполным набором выполняемых функций. Независимые распределительные центры как перспективное звено в организации товароснабжения розничной торговой сети. Мелкооптовые магазины-склады самообслуживания (CashandCarry) и их роль в организации товароснабжения предприятий малого бизнеса сферы услуг. Организационно-правовые формы оптово-розничных организаций. Организационная структура управления оптовых организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями. Методы управления и оценка их эффективности.

Уровни и процесс стратегического планирования в розничной торговле, постановка корпоративных целей. Оценка альтернативных стратегий розничной торговли. Реализация стратегий розничной торговли. Управление торговой единицей и ее составляющие. Значение управления

цепочками поставок в деятельности организации. Информационные системы управления в розничной торговле.

Модуль 2. Менеджмент оптовой торговли

Тема 2.1. Особенности управления ассортиментом оптовой торговой организации

Товарно-ассортиментная политика оптовых торговых организаций. Факторы, влияющие на формирование ассортимента оптовой торговой организации. Принципы и этапы формирования. Спрос как основа формирования ассортимента. Анализ состояния ассортимента, его соответствия спросу покупателей, полноты, устойчивости и рентабельности. Планирование ассортимента оптовой торговой организации, информационная база планирования, и этапы. Организация контроля состояния ассортимента, его обновление и балансировка. Методы оценки конкурентной способности и рентабельности ассортимента. Формирование товарного ассортимента как части общей стратегии торговой организации. Цели ассортиментной стратегии розничной торговой организации. Факторы, учитываемые при формировании ассортиментной политики. Инструменты регулирования ассортимента товаров. Система управления товарными запасами

Тема 2.2. Управление складским технологическим процессом.

Системы складирования товаров и их характеристика. Выбор оптимальной системы складирования с учетом химико-физических особенностей товара и скорости обращения. Оптимальный выбор товароносителей, технологического и механического оборудования. Расчет потребности в технологическом и подъемно-транспортном оборудовании.

Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой. Диспетчеризация складского технологического процесса. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета.

Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Мировой опыт в развитии складской сети. Факторы, определяющие развитие складской сети.

Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах. Характеристика складского технологического оборудования и выбор видов оборудования с учетом специфики товара и способа хранения. Характеристика подъемно-транспортного и погрузо-разгрузочного оборудования. Методы расчета потребности в технологическом механическом оборудовании.

Методика определения эффективности использования складской площади и складского обмена.

Тема 2.3. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети

Процесс принятия решения о расположении организации розничной торговли. Принципы размещения розничной торговой сети с учетом форматов торговых организаций. Факторы, определяющие выбор места размещения торговой организации в зависимости от ее формата.

Формирование розничной торговой сети в различных зонах города: административно-деловом, жилом, промышленно-складском и прочих. Взаимосвязь формата розничной торговой организации с дислокацией городской застройки. Методы оценки местоположения магазинов. Оценка потребностей городской сети в торговой площади (общей и прироста). Оптимальные управленческие решения при регулировании размещения розничной торговой сети.

Модуль 3. Менеджмент оптово-розничной торговли

Тема 3.1. Формирование эффективной системы товароснабжения оптово-розничной торговой организации

Системный подход к принятию решения по управлению товароснабжением. Критерии эффективности системы товароснабжения. Управление закупочной деятельностью. Оценка эффективности товароснабжения. Процесс проектирования логистических систем концентрации ресурсов. Анализ качества снабжения предприятия ресурсами. Установление потребностей предприятия в ресурсах. Определение метода закупок ресурсов. Выбор поставщика ресурсов. Влияние выбора поставщика ресурсов на распределение продукции предприятия.

Тема 3.2. Управление торгово-технологическим процессом в розничных торговых организациях

Цели и содержание торгово-технологических процессов в 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. Основные стадии процесса продажи и их влияние на эффективность деятельности розничных торговых организаций. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях. Методология определения эффективности применения методов продаж.

Тема 3.3. 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.
Мерчендайзинг – как способ увеличения продаж.
Корпоративный стиль и имидж организации как факторы активизации продвижения товаров.
Оценка эффективности использования методов стимулирования покупателей.

Темы семинарских занятий

Раздел I. Концептуальные основы управления торговлей

Тема 1.1. Роль торговли в формировании потребительского рынка

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний о роли торговли в формировании хозяйственных связей и организации продвижения товарных потоков.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Социально-экономическая сущность внутренней торговли.
2. Роль торговли в организации товарообмена на потребительском рынке.
3. Функции торговли.
4. Формы торговли, их экономическая сущность и место в организации и продвижении материальных потоков.
5. Тестовый контроль

Литература.

1. Варли, Рафик. - «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
2. Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
3. Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
4. Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.; ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 1.2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний о роли государства и органов местного самоуправления в регулировании торговли.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Роль и задачи государственных органов в регулировании потребительского рынка.

2. Государственная поддержка малого предпринимательства в сфере торговых услуг.

3. Государственные органы, осуществляющие контроль и надзор за деятельностью торговых организаций.

4. Методы и инструментарий государственного регулирования торговли.

5. Роль и задачи органов местного самоуправления в организации торгового обслуживания населения

6. Тестовый контроль

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.

2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352

3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.

4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 1.3. Оптово-розничные торговые организации и принципы управления их деятельностью

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний о роли оптовых торговых организаций в каналах товародвижения и принципах управления ими.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Внешний и внутренний контуры построения оптовой торговли и их взаимосвязь.

2. Видовое разнообразие оптовых структур в каналах распределения и их взаимосвязь.

3. Роль оптовых торговых предприятий в организации товародвижения и товароснабжения.

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

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

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

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

7. Тестовый контроль

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.

2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352

3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.

4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012, с.303.

Модуль 2. Менеджмент оптово-розничной торговли

Тема 2.1. Особенности управления ассортиментом оптовой торговой организации

(семинарское занятие –4ч.)

Цель семинарских занятий – уяснить особенности формирования ассортимента оптовой торговой организации.

1. Основные характеристики ассортимента оптовой торговой организации.

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

3. Ассортиментная политика оптовой торговой организации.

4. Планирование ассортимента и его этапы.

5. Критерии оценки ассортимента.

6. Тестовый контроль

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.

2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352

3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.

4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 2.2. Управление складским технологическим процессом

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний об организации и управлении складским технологическим процессом.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Принципы организации складского технологического процесса.

2. Типовая технологическая схема.

3. Особенности организации и управления технологическим процессом на общетоварных складах при хранении продовольственных и непродовольственных товаров.

4. Особенности организации и управления технологическим процессом на специальных складах.

5. Принципы выбора системы складирования с учетом химико-физических свойств товаров и скорости обращения.

6. Тестовый контроль.

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
- 2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
- 3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
- 4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 2.3. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети.

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний о значимости местоположения организации розничной торговли, закономерности расположения, строительных нормативах и правилах при выборе места для торговой организации.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Цели, преследуемые розничными торговыми организациями при размещении их магазинов.
2. Принципы размещения розничной торговой организации.
3. Функциональная система размещения торговой сети.
4. Оценка местоположения розничной торговой организации в конкурентном окружении с точки зрения рациональности размещения.
5. Тестовый контроль.

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
- 2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
- 3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
- 4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2012, с.303.

Модуль 3. Менеджмент розничной торговой организации

Тема 3.1. Формирование эффективной системы

товароснабжения оптово-розничной торговой организации

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний об управлении потоками движения товаров, взаимосвязи и взаимодействия между участниками канала, видах издержек в сфере дистрибьюции и их источниках, принципах управления процессом закупок.

(семинарское занятие –4ч.)

1. Критерии выбора канала товароснабжения розничной организации.
2. Принципы закупочной деятельности розничной организации.
3. Цели организации объединений в закупочной деятельности розничными торговыми организациями.

4. Стратегические альянсы розничных торговых организаций.
5. Распределительные центры российских торговых сетей: их сущность, организация и особенности управления.
6. Тестовый контроль.

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
- 2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
- 3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
- 4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М., ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 3.2. Управление торгово-технологическим процессом в розничных торговых организациях.

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний в области управления торгово-технологическим процессом.
(семинарское занятие –4ч.)

1. Особенности управления торгово-технологическим процессом в супермаркетах.
2. Особенности управления торгово-технологическим процессом в гипермаркетах.
3. Особенности управления торгово-технологическим процессом в универсамах и универмагах.
4. Особенности управления торгово-технологическим процессом в узкоспециализированных магазинах.
5. Управленческие решения по предотвращению потерь товароматериальных ценностей в розничных торговых организациях.
6. Тестовый контроль.

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
- 2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
- 3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
- 4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М., ИНФРА-М, 2012, с.303.

Тема 3.3. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях.

Цель семинарских занятий – закрепление теоретических знаний в области управления процессом обслуживания и оказания услуг в розничной торговле.
(семинарское занятие –4ч.)

1. Формирование организационной культуры в розничной торговой организации.
2. Оценка покупателями качества обслуживания.
3. Построение устойчивых доброжелательных отношений с покупателями.
4. Услуги в розничной торговой организации и их роль в повышении конкурентоспособности.
5. Тестовый контроль

Литература.

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
- 2.Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
- 3.Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
- 4.Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М., ИНФРА-М, 2012, с.303.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта организации коммерческой деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по анализу коммерческой деятельности,
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	3
Тема 1.1. Роль торговли в формировании потребительского рынка	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
Тема 1.2. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
Тема 1.3. Оптово – розничные торговые организации и принципы управления их деятельностью	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
Тема 2.1. Особенности управления ассортиментом оптовой торговой организации	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.2. Управление складским технологическим процессом .	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка

		заданий.
Тема 3.3. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 3.1. Формирование эффективной системы товароснабжения оптово-розничной торговой организации	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов. Конспектирование правил продажи товаров.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 3.2. Управление торгово-технологическим процессом в розничных торговых организациях	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 3.4. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения

литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-8	Знать: методы оценки принятых организационно-управленческих решений; Уметь: оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; Владеть: навыками применения полученных знаний в практической деятельности.	Устный опрос, конспектирование законов, написание рефератов, тестирование
ПК-19	Знать: методы управления проектами и современное программное обеспечение, Уметь: разрабатывать проекты и проводить их оценку, Владеть: методами разработки и реализации проектов	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ПК-8- Способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно- управленческой работе с малыми коллективами.

Уровень	Показатели (что обучающийся)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

	должен продемонстрировать)			
Пороговый	<p>Знать: методы оценки принятых организационно-управленческих решений;</p> <p>Уметь: оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;</p> <p>Владеть: навыками применения полученных знаний в практической деятельности.</p>	<p>Имеет неполное представление о методах оценки принятых организационно-управленческих решений;</p> <p>Демонстрирует слабое умение оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;</p> <p>Слабо владеет навыками применения полученных знаний в практической деятельности.</p>	<p>Допускает неточности в знании методов оценки принятых организационно-управленческих решений;</p> <p>Может оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;</p> <p>Владеет навыками применения полученных знаний в практической деятельности</p>	<p>Демонстрирует четкое представление методов оценки принятых организационно-управленческих решений;</p> <p>Может грамотно оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;</p> <p>Эффективно владеет навыками применения полученных знаний в практической деятельности</p>

ПК-19-Готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности.

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: методы управления	Имеет неполное представление	Допускает неточности в знании методов	Демонстрирует четкое представление

	<p>проектами и современное программное обеспечение,</p> <p>Уметь: разрабатывать проекты и проводить их оценку,</p> <p>Владеть: методами разработки и реализации проектов</p>	<p>е о методах управления проектами и современных программных обеспечениях</p> <p>Демонстрирует слабое умение разрабатывать проекты и проводить их оценку,</p> <p>Слабо владеет методами разработки и реализации проектов</p>	<p>управления проектами и современных программных обеспечениях</p> <p>Может анализировать и разрабатывать проекты и проводить их оценку,</p> <p>Владеет методами разработки и реализации проектов</p>	<p>е методах управления проектами и современных программных обеспечениях</p> <p>Может грамотно анализировать и разрабатывать проекты и проводить их оценку,</p> <p>Эффективно владеет методами разработки и реализации проектов</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Тематика рефератов:

1. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
2. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
3. Анализ и управление коммерческой деятельностью хозяйственного предприятия (по отраслям и сферам применения) в условиях рынка.
4. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.
5. Анализ эффективности коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка на примере конкретной компании, фирмы.
6. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами рынка товаров и услуг, на результативность предприятия.

7. Инвестиции как источник развития материально-технологической оснащённости коммерческих предприятий.
8. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности предприятия, ее роль и оценка эффективности.
9. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
10. Качество обслуживания покупателей предприятием на рынке товаров и факторы его обуславливающие.
11. Коммерческая деятельность производственного предприятия во взаимодействии с торгово-посредническим звеном.
12. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
13. Культура обслуживания и реклама, их роль в создании положительного образа предприятия и позиционировании на рынке.
14. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
15. Методы анализа коммерческих процессов предприятия по отраслям и сферам применения.
16. Моделирование коммерческой деятельности в оптовых торговых предприятиях по закупке и продаже потребительских товаров.
17. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
18. Образование и развитие рынка лизинга в России.
19. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью розничной торговой фирмы.
20. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
21. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
22. Организационные и правовые аспекты правил продажи (сбыта) товаров в условиях рынка.
23. Организация и развитие малых предприятий в России и зарубежных странах.
24. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
25. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
26. Организация и развитие оптовой продажи товаров предприятиями отраслевой ориентации.
27. Организация и развитие основных видов и форм коммерческой деятельности предприятий на отраслевом рынке.
28. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
29. Организация и развитие складского хозяйства оптового предприятия с позиций коммерческой направленности.

30. Организация и управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.
31. Организация и управление процессами товародвижения на рынке.
32. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.
33. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле России.
34. Организация коммерческой деятельности различных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
35. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия с использованием маркетинга.
36. Организация поставок и товародвижения на отраслевом рынке и пути их совершенствования.
37. Организация процесса продажи товаров и инфраструктуры сервиса обслуживания покупателей в сфере розничной торговли.
38. Организация развития электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).
39. Организация системы товароснабжения как основы торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия.
40. Организация страхования коммерческих рисков.
41. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
42. Основные черты и особенности лизинга и механизм лизинговой сделки.
43. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
44. Планирование и организация сбыта товаров и сырья на предприятии (по отраслям и сферам применения).
45. Планирование и организация торгово-технологического процесса в розничном торговом предприятии и его результативность.
46. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
47. Планирование коммерческой деятельности предприятия на основе учета влияния внешних и внутренних факторов.
48. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России и за рубежом.
49. Послепродажное обслуживание: функции, стратегия и его влияние на имидж предприятия.
50. Прогнозная оценка спроса на рынке товаров (услуг).
51. Развитие коммерческой деятельности субъектов малого предпринимательства в розничной торговле России и зарубежных стран.
52. Развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
53. Развитие материально-технической базы розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
54. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в России и зарубежных странах с развитой рыночной экономикой.

55. Разработка закупочно-сбытовой программы хозяйственного предприятия, и ее общие концепции.
56. Риск в торговле товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
57. Роль и развитие сервиса в розничной торговле России и зарубежных стран.
58. Роль коммерческих банков в функционировании рынка ценных бумаг.
59. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
60. Сервис и профессиональная этика в процессе обслуживания покупателей предприятием в рыночных условиях
61. Сервисное обслуживание в торговле и перспективы его развития в современных условиях.
62. Система оценки коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения).
63. Система управления коммерческой деятельностью предприятия, функционирующего на отраслевом рынке.
64. Система управления коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий (различных видов).
65. Современные разработки организационных схем управления предприятием и трудовыми коллективами: отечественный и зарубежный опыт.
66. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности оптовой торговой фирмы.
67. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
68. Средства обеспечения безопасности коммерческой деятельности торговом предприятии на рынке товаров.
69. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на рынке товаров и услуг.
70. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
71. Управление ассортиментной политикой производственного предприятия в условиях формирующегося товарного рынка.
72. Управление коммерческой деятельностью за рубежом и практика ее использования с учетом особенностей отечественных торговых предприятий.
73. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии: планирование, структура управления и эффективность.
74. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
75. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
76. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
77. Фирменный стиль сбыта (продажи) товаров: основные элементы и роль в деятельности хозяйственного предприятия.

78. Формирование оптимального торгового ассортимента - основа эффективной коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

79. Функционирование коммерческой службы хозяйственного предприятия в условиях рыночной экономики.

80. Экономические основы лизинговых сделок.

Образец тестового задания по первому модулю

Вариант 1.

1. Понятие «коммерция» означает:

- а) торговую деятельность
- б) любую деятельность, приносящую доход
- в) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли

2. В чем отличие предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий
- б) предпринимательство - это производственная деятельность
- в) коммерция – это вид торгового предпринимательства.

3. К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка - разгрузка
- б) хранение
- в) изучение и прогнозирование спроса
- г) подсортировка товаров
- д) заключение договоров на поставку товаров
- е) рекламно - информационная работа.

4. Какая форма товародвижения более характерна для товаров сложного ассортимента:

- а) складская
- б) транзитная

5. Объектами коммерческой деятельности являются:

- а) товары и услуги
- б) товары и их потребительная стоимость
- в) торговые предприятия

6. Способность своими действиями приобретать права, создавать юридические

обязанности и отвечать за совершенные правонарушения – это:

- а) правоспособность
- б) дееспособность

7. Как называется высший орган управления АО:

- а) правление

б) Генеральный директор

в) общее собрание акционеров
г) Совет директоров

8. Акционерное общество, которое не имеет права проводить подписку на акции,

а может распределять их только среди учредителей – это:

а) ОАО

б) ЗАО

в) ООО

9. Юридическое лицо, которое не вправе продавать имущество, сдавать его в аренду, закладывать или иным способом распоряжаться без согласия собственника имеет это имущество:

а) в хозяйственном ведении

б) оперативном управлении

10. Сроки наступления дееспособности по ГК РФ:

а) 18 лет

б) 20 лет

в) 14 лет

Раздел 2. Коммерческий риск и способы его уменьшения

11. Заключение на бирже фьючерсного контракта на определенное количество

товара по строго оговоренной цене с целью сглаживания резких колебаний цен -

это:

а) хеджирование

б) франчайзинг

в) факторинг

12. Метод ведения бизнеса, основанный на взаимовыгодном партнерстве крупного

и мелкого предпринимательства с предоставлением начинающему предпринимателю права использовать уже отработанные технологии и уже известную, популярную торговую марку, получать консультации и содействие в

организации бизнеса – это:

а) хеджирование

б) франчайзинг

в) факторинг

13. Финансово – коммерческая услуга, при которой банк или какая – либо фирма

приобретает у поставщика товаров его требования к покупателям с тем, чтобы в

дальнейшем взыскать их с покупателей, и получает за это % с взысканной суммы

и премию за риск – это:

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

14. Правообладатель, предоставляющий за вознаграждение право использовать

свои фирменные средства (товарный знак, ноу-хау), называется:

- а) комитент
- б) франчайзер
- в) франчайзи
- г) дилер

15. Создание предприятием специального резервного фонда для возмещения

случайных потерь называется:

- а) страхование
- б) самострахование
- г) хеджирование

16. Как в ГК РФ называется метод ведения бизнеса, именуемый в международной практике франчайзингом.

- а) конверсия
- б) концессия

17. Непредсказуемое изменение конъюнктуры рынка, мировой конъюнктуры акций и других ценных бумаг относится к:

- а) неизбежному
- б) неопределенному риску

18. Если компания имеет много единиц однотипного имущества, какой способ

уменьшения коммерческого риска является предпочтительнее:

- а) страхование
- б) создание резервного фонда.

19. Фьючерсный контракт – это:

- а) контракт с отсроченной оплатой
- б) контракт на еще не произведенный товар.

20. Торгово-технологическое оборудование, транспорт, компьютеры, контрольно-

кассовые аппараты относятся к:

- а) активной части ОПФ
- б) пассивной части ОПФ
- в) основной части ОПФ

Вариант 2.

1. Разница между ценой приобретения и амортизацией – это:
 - а) первоначальная
 - б) восстановительная
 - г) остаточная стоимость
2. Основная форма денежных расчетов между предприятиями, обеспечивающая наибольшую сохранность денежных средств - это
 - а) наличная
 - б) безналичная
3. Наличная форма расчетов между предприятиями допускается
 - а) при всех расчетах за поставленные товары и услуги
 - б) только для мелких хозяйственных расчетов в пределах лимитов
4. Лимит денежной наличности в кассе для каждого предприятия устанавливается)
 - а) руководством предприятия
 - б) банковским учреждением
 - в) вышестоящей организацией
5. Для учета и контроля кассовой наличности на предприятии применяются следующие документы
 - а) кассовую книгу
 - б) кассовый отчет
 - в) чековую книжку
 - в) приходные и расходные кассовые ордера
6. За нарушение кассовой дисциплины применяются санкции
 - а) к предприятию
 - б) к кассиру
 - в) к руководителю
7. Штрафные санкции к предприятию за нарушение кассовой дисциплины составляют по отношению к сверхлимитной или неоприходованной суммы
 - а) 2-кратный размер
 - б) 3-кратный
 - в) 5-кратный
8. Превышение лимитов в кассе на период выдачи зарплаты работникам допускается в течение
 - а) 3 дней
 - б) 4 дней
 - в) 5 дней
9. Поручение банка покупателя банку поставщика об открытии специального счета для немедленной оплаты поставщика в пределах определенной суммы, предназначенного для расчета только с 1 поставщиком – это
 - а) аккредитив
 - б) бартер

в) платежное поручение

г) вексель

10. Тратта – это

а) простой вексель

б) переводной вексель

в) расчетный чек

11. Передаточная надпись на векселе, позволяющая использовать его неоднократно, выполняя функцию универсального расчетного документа – это

а) индосаммент

б) дисконт

12. Оптовые структуры, обеспечивающие гарантию государственной стабильности потребительского рынка, снабжение спецконтингентов и т.д. относятся к структурам:

а) федерального

б) межрегионального

в) регионального уровня

13. Брокерские фирмы относятся к:

а) оптовым предприятиям 1-го уровня

б) 2-го уровня

в) оптово- посредническим структурам.

14. Выставки-продажи на товары-новинки помогают учитывать:

а) реализованный

б) неудовлетворенный

в) формирующийся спрос

15. Спрос на товар, который окончательно формируется в магазине и допускает

взаимозаменяемость – это:

а) устойчивый

б) альтернативный

в) импульсный.

16. Методы стимулирования продаж включают в себя:

а) стимулирование потребителей

б) стимулирование торгового персонала

17. Целевая группа, на которую рассчитана реклама – это:

а) субъект

б) объект

в) предмет рекламы.

18. Отсутствие у потребителя кассового чека является основанием для отказа в

удовлетворении требований (о замене товара, возврате денег и т.д.)

а) да

б) нет

19. Закон «О защите прав потребителей» закрепляет за представителями торговли

право досмотра личных вещей покупателя на выходе

а) да

б) нет

20. Срок, по истечении которого товар непригоден для использования –это

а) срок службы

б) гарантийный срок

в) срок годности

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Современные тенденции развития внутренней торговли в РФ.
2. Концептуальные основы формирования инфраструктуры оптовой торговли в новых условиях.
3. Государственное регулирование экономических отношений менеджмента: цели, задачи, методы.
4. Административные методы регулирования развития торговли и их механизм.
5. Экономические методы и механизм регулирования развития торговли.
6. Развитие интеграционных процессов во внутренней торговле РФ и их роль в формировании потребительского рынка.
7. Построение оптовой торговой сети и роль ее функциональных структур в развитии хозяйственных связей.
8. Виды оптовых торговых организаций и их роль в товароснабжении потребителей.
9. Роль и виды торговых посредников в формировании хозяйственных связей.
10. Критерии выбора торгового посредника при решении вопросов продвижения товаров.
11. Виды структур-организаторов оптового оборота и их роль на рынке оптовых услуг.
12. Особенности формирования ассортимента оптового торгового предприятия и факторы, определяющие его структуру.
13. Управление ассортиментом оптового торгового предприятия. Роль товарных запасов в управлении ассортиментом.
14. Выбор каналов товародвижения с учетом особенностей региона: расселения, промышленного потенциала и географических условий.
15. Управление закупкой и поставкой непродовольственных товаров с учетом особенностей клиентской базы.
16. Управление закупкой и поставкой продовольственных товаров с учетом особенностей обслуживаемого контингента.

17. Организационные формы и методы оптовой продажи товаров, их классификация, технология и эффективность.
18. Управление процессом оптовой продажи товаров: методы и способы воздействия на участников актов купли-продажи.
19. Мировые тенденции в развитии складского хозяйства оптовых организаций, его техническом оснащении.
20. Роль складов в каналах товародвижения, их виды и функции.
21. Проблемы управления развитием складской сети оптовой торговой организации с учетом особенностей зоны ее деятельности.
22. Принципы планирования развития складского хозяйства оптовой торговой организации.
23. Требования к организации технологического процесса на складах разного типа.
24. Особенности управления организацией технологического процесса на общетоварных и специальных складах.
25. Техничко-экономические показатели и методы оценки эффективности управленческих решений по развитию складского хозяйства оптовой торговой организации.
26. Основные тенденции развития розничной торговли на современном этапе.
27. Роль розничной торговой сети в обслуживании населения, ее функции и структура
28. Факторы, определяющие выбор типов розничных торговых организаций и их размещения.
29. Интеграционные процессы в розничной торговле и причины их обуславливающие.
30. Торгово-технологические процессы в магазинах с учетом используемых методов продаж.
31. Направление развития внемагазинных форм продажи товаров.
32. Оптимальные решения по регулированию размещения розничной торговой сети.
33. Выбор метода продажи товаров с учетом формата розничной торговой организации.
34. Особенности управления ритейловыми сетями.
35. Управление ассортиментом в зависимости от формата торговой организации.
36. Управление технологическим процессом в магазинах разных форматов.
37. Товарные стратегии фирмы: инновации, вариации, элиминации товара.
38. Формирование ассортиментной торговой политики розничной организации.
39. Выбор товарной политики в зависимости от жизненного цикла организации.
40. Рекламные решения в местах продажи товаров.

41. Планирование рекламного бюджета торговой розничной организации.
42. Выбор видов и форм рекламы в розничной торговле.
43. Стимулирование продаж посредством принципов мерчендайзинга.
44. Мерчендайзинг как один из методов стимулирования продаж товаров.
45. Комплекс стимулирования продаж в розничной торговле.
46. Корпоративный стиль и имидж торговой организации как факторы активизации продвижения товара.
47. Формы и методы активизации продвижения товаров на потребительский рынок.
48. Экономические методы стимулирования продаж.
49. Тактические решения по стимулированию торгового персонала с целью увеличения объема продаж.
50. Услуги розничной торговли.
51. Коммерческая тайна и ее защита.
52. Коммерческие риски.
53. Конкуренция в коммерческой деятельности.
54. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары
55. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей.
56. Понятие и правовое регулирование договоров.
57. Классификация договоров.
58. Ответственность за нарушение договорных обязательств.
59. Структурное построение коммерческих служб предприятия и их основные функции.
60. Особенности материально-технического снабжения предприятий.
61. Коммерческая деятельность по сбыту продукции.
62. Выбор товаров и принципы формирования ассортимента коммерческого предприятия.
63. Формирование и планирование товарных запасов на предприятии.
64. Проведение коммерческих переговоров и заключение договоров купли-продажи товаров
65. Определение эффективности рекламной деятельности
66. Сущность лизинга, ее типы и виды
67. Правовые и экономические основы лизинга
68. Франчайзинг
69. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров
70. Технология размещения, укладки и хранения товаров
71. Организация и технология отпуска товаров со склада
72. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе
73. Структура аппарата на складе и функции его работников
74. Классификация и характеристика основных видов тар
75. Организация тарного хозяйства в торговле
76. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств

- 77. Организация и технологии завоза товаров в розничные предприятия
- 78. Основные принципы размещения розничной торговой сети
- 79. Санитарно-технические устройства магазинов
- 80. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:
«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

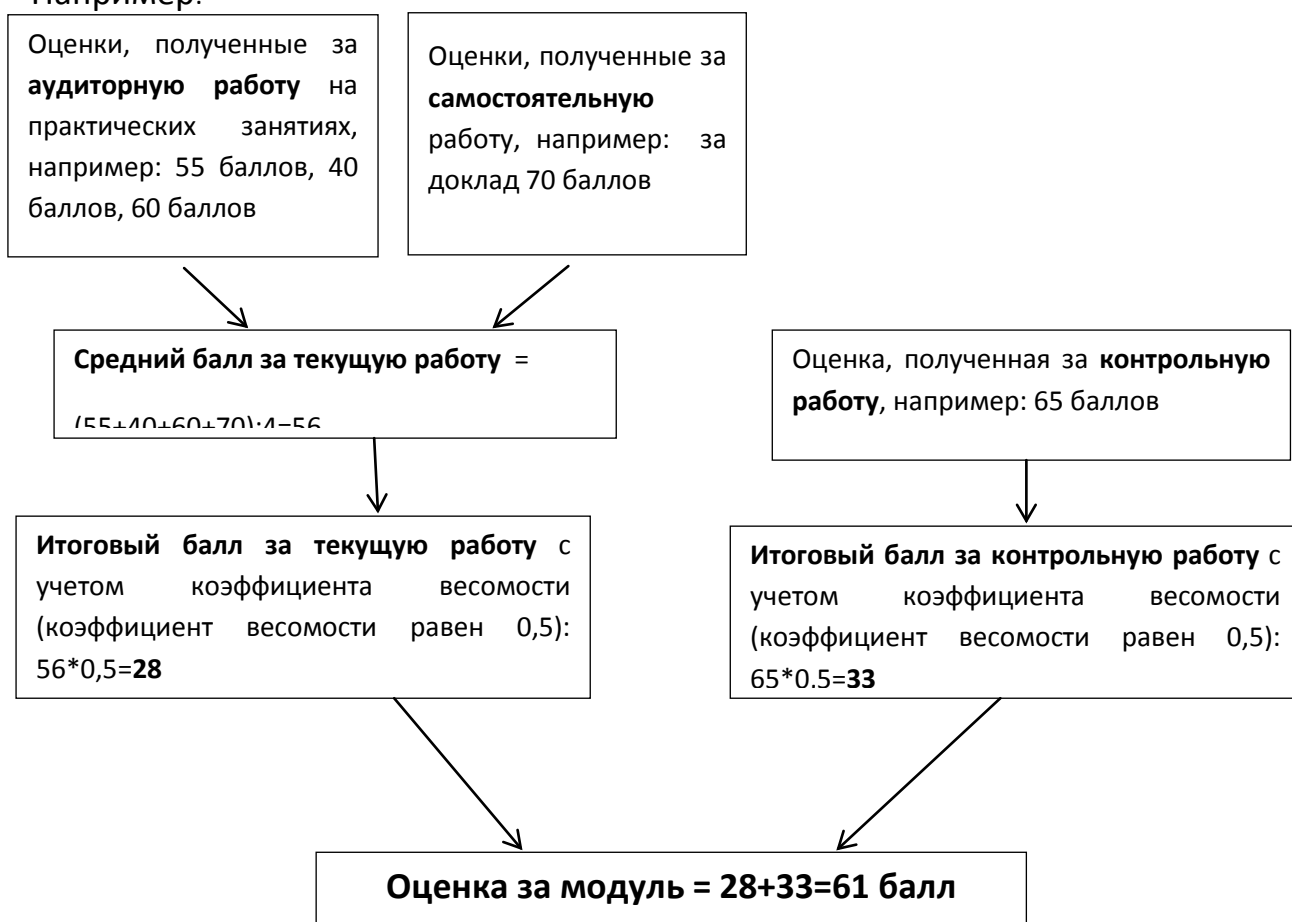
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Варли, Рафик.- «Основы управления розничной торговлей». М., изд. Дом Гребенникова, 2014. с. 454.
2. Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб; Питер, 2011г., с.352
3. Джобер Д., Ланкастер Р. «Управление продажами». М., ЮНИТИ, 2012. с.622.
4. Организация и управление торговым предприятием. Учебник. М.; ИНФРА-М, 2012, с.303.

б) дополнительная литература:

1. Румянцева З.П. – «Общее управление организацией. Теория и практика». М., ИНФРА-М. 2009. с.304.
2. Мерчендайзинг. «Управление розничными продажами». М., изд-во Жигульского, 2010., с. 221
3. Спиро Р.Л., Стэнтон У.Д. «Управление продажами». М., Изд. Дом Гребенникова. 2010, с. 699.
4. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. «Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. СПб., Питер, 2011., с. 751.

Рекомендуемая литература:

5. Волгин В.В. Склад. Организация и управление. Практическое пособие. Изд-во Торговая корпорация «Дашков и К⁰ 2012г., с.400
6. Лайсонс К.; Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок. М., ИНФРА-М, 2009, с.798.
7. Майсонс К. «Управление закупочной деятельностью и цепью поставок». М., ИНФРА-М, 2013, с.795.
8. Рогожин С.В., Рогожина Т.В. «Теория организации», М., Экзамен, 2009г, с. 320.
9. Осипова Л.В., Синяева И.М. «Основы коммерческой деятельности». М. ЮНИТИ, 2009г., с.61

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- www.nta-rus.com - Национальная Торговая Ассоциация
www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал
www.torgovodedelo.com - ТОРГОВОЕ ДЕЛО
www.retail.ru - Российская торговля

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Управление торговой организацией» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

Овладение дисциплины поможет студентам получить современные представления по проблемам насыщения рынка качественными товарами современного ассортимента, как отечественного производства, так и зарубежного, для обеспечения населения разнообразными продуктами питания, безопасными для здоровья и эффективной организации коммерческой деятельности предприятия.

Изучение дисциплины сводится к подготовке специалистов, обладающих знаниями, необходимыми для выполнения своей профессиональной деятельности, и, прежде всего, организаторскими способностями, а также процессов связанных с коммерческой деятельностью. Качественная и эффективная организация коммерческой деятельности на предприятии - главная проблема современного рынка, и ее изучение должно сводиться к совершенствованию технологии и ассортимента товаров, внедрению прогрессивных способов переработки, хранения и перевозки, использованию современных упаковочных материалов.

Преподавание дисциплины «Управление торговой организацией» должно формировать у студентов навыки в определении товарных и природных сортов, умение предвидеть возможные изменения качества продуктов в результате нарушения условий и сроков доставки, хранения, от несоответствия тары и упаковки.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Выполнение практических заданий способствует более глубокому изучению проблем, связанных с формированием и оценкой потребительских свойств, ассортимента товаров, приобретению навыков сравнительной характеристики их потребительной ценности. К каждому занятию студенты должны изучить соответствующий теоретический материал по учебникам и конспектам лекций. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с организацией технического регулирования в Республике Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться

электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.