

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Институт туризма и предпринимательства

(Наименование института)



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Яресь О.Б.

20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и управление торговой организацией

(наименование дисциплины)

направление подготовки / специальность

38.04.06. «Торговое дело»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – является обучение магистрантов навыкам организации и управления торговым предприятием, создание и определение общих управленческих ориентиров, решение управленческих задач в области совершенствования торговых процессов, способности к анализу, оценке и выработке рациональных эффективных решений в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение основных теоретических и практических аспектов управления торговой организацией;
- изучение принципов и функций управления, особенности управления по целям;
- изучение методов управленческого анализа операционной деятельности торговой организации;
- управления и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей торговую деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли; • изучение управление товарными запасами и их оптимизация;
- изучение управление персоналом;
- научиться проводить анализ и оценку коммерческой, маркетинговой, логистической деятельности для разработки стратегии организации. формирование у магистрантов комплексного подхода к постановке экономического анализа в коммерческой организации, включая экономическую сущность, правовое регулирование, учетный процесс и экономический анализ основных видов активов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Экономика и управление торговой организацией» относится к обязательной части, учебного плана программы магистратуры по направлению 38.04.06 «Торговое дело».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в	ОПК-1.1. Решает профессиональные задачи в торговой-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и	<i>Знать:</i> – сущность экономических аспектов функционирования торгового предприятия на внутреннем рынке в рыночных условиях; – содержание экономической работы в торговой организации, <i>Уметь:</i> – реально оценивать производственные возмож-	Тестовые и практические задания

торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	административно-управленческой сфере на основе знаний экономической и управленческой теории	ности с целью организации эффективной деятельности торгового предприятия; <i>Владеть:</i> – навыками выполнения экономических расчетов и анализа, основными подходами к оценке эффективности деятельности торгового предприятия.	
	ОПК-1.2. Использует результаты анализа мировой и отечественной торговой практики при решении профессиональных задач	<i>Знать:</i> – правовые регламенты и экономический механизм функционирования торгового предприятия; – основные подходы к анализу и планированию количественных и качественных показателей деятельности торгового предприятия; – содержание предпринимательства в торговле и механизм формирования доходов и расходов. <i>Уметь:</i> – принимать экономически обоснованные управленческие решения; – формировать цели и стратегию развития торгового предприятия; <i>Владеть:</i> – навыками выполнения экономических расчетов и анализа, основными подходами к оценке эффективности деятельности торгового предприятия.	Тестовые и практические задания
ПК-3 Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	ПК-3.3. Находит и принимает управленческие решения в области профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> – требования действующего законодательства и нормативных документов, особенности технической документации, необходимой для профессиональной деятельности, – особенности управления торгово-технологическими процессами на предприятии в сфере товарного обращения, <i>Уметь:</i> – обобщать и анализировать информацию, формулировать цели и выбирать пути ее достижения; – работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления; – осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, <i>Владеть:</i> – технологиями управления торгово-технологическим процессом на предприятии, – методикой определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, – способами управления персоналом организации, – приемами организационно-управленческой работы с малыми коллективами,	Тестовые и практические задания
	ПК-3.4. Систематизирует и обобщает информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ограниченных ресурсов предприятия	<i>Знать:</i> – основные экономические понятия, основы функционирования экономики, – основные показатели эффективности результатов деятельности в различных сферах, <i>Уметь:</i> – принимать управленческие решения по критерию эффективности в условиях ограниченных ресурсов и информации;	Тестовые и практические задания

		<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– навыками сбора, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью, работы с компьютером как со средством управления информацией;– методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;	
--	--	---	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

Тематический план форма обучения – заочная (2 года 6 мес.)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в т.ч. в форме практической подготовки		
1	Концептуальные основы управления торговлей	2		1				14	
2	Торговые организации и принципы управления их деятельностью	2		1				14	Рейтинг контроль № 1
3	Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли	2		1				14	
4	Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле	2		1				14	Рейтинг контроль № 2
5	Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях	2			2		2	14	
6	Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	2			2		2	14	
7	Управление персоналом предприятий торговли	2			2		2	14	Рейтинг контроль № 3
Всего за 2 семестр:				4	6		6	98	зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-				
Итого по дисциплине				4	6		6	98	зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей

Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью

Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями. Методы управления и оценка их эффективности. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей. Оценка альтернативных стратегий торговли. Реализация стратегий предприятий торговли. Управление торговой единицей и ее составляющие..

Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли

Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия. Моделирование коммерческой деятельности. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли. Управление закупками. Управление ассортиментом товаров. Управление товарными запасами. Управление маркетингом. Управление продажами товаров.

Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле

Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле. Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли. Разработка маркетинговых стратегий. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка. Маркетинг закупок. Маркетинг-логистика. Организация мерчандайзинга. Маркетинг-аудит. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях (групповой и индивидуальный консалтинг, разбор примеров, дискуссия, решение задач)

Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях (решение задач, сбор и обработка аналитической информации)

Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли (групповой и индивидуальный консалтинг, разбор примеров, дискуссия, решение задач)

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Тест к рейтинг-контролю № 1

1. Под системой внутренней торговли понимается:

- а) совокупность финансовой, кредитной и налоговой политики, стимулирующей развитие торговых предприятий;
- б) совокупность субъектов торговой деятельности, функционирование которых; регулируется; общими и специальными мерами организационно-экономического и нормативно-правового характера;
- в) соотношение спроса и предложения на реализуемые предприятием товары;
- г) совокупность людей, объединенных общностью потребительских предпочтений, согласных на определенных условиях приобретать товары и услуги.

2. Интегрированная торговая система представляет собой:

- а) систему оптимизации хозяйственного риска и затрат
- б) форму достижения социального компромисса между производителями, торговыми посредниками и потребителями товаров и услуг;
- в) форму производственных отношений между крупным и малым предпринимательством;
- г) инструментом государственного регулирования внутренней торговли.

3. Виды торговых предприятий по формам создания и функционирования:

- а) ассоциации, холдинги, корпорации;
- б) общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество;
- в) государственные, коммерческие;
- г) индивидуальные, партнерские, корпоративные.

4. Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью – это:

- а) оптовая торговля;
- б) оптово-розничная торговля;
- в) универсальная торговля;
- г) розничная торговля.

5. Характерные особенности торговли:

- а) завершение цикла товарного производства, реализация товаров конечному потребителю (розничная торговля);
- б) оказание дополнительных сопутствующих реализации товаров услуг в доведение товара до потребителя;
- в) цена и ассортимент реализуемых товаров находятся в значительной зависимости от характера спроса, особенностей социально-экономического состава обслуживаемого населения;
- г) все вышеперечисленные.

6. К коммерческому предпринимательству относятся такие виды деятельности, как:

- а) Посредническая;
- б) Торгово – посредническая;
- в) Лизинговая;
- г) Страховая.

7. Номенклатура и размеры запасов, сырья, материалов, полуфабрикатов и пр. являются показателями планирования:

- а) Основных производственных средств;
- б) Оборотных средств;
- в) Трудовых ресурсов;
- г) Инвестиций.

8.Розничная торговая сеть – это...

- а).совокупность торговых предприятий, торгующих крупными партиями товаров;
- б).совокупность торговых предприятий, осуществляющих мелкорозничную торговлю;
- в).торговые предприятия, осуществляющие обслуживание местного населения;
- г).совокупность торговых предприятий, размещённых на определённой территории.

9.Специализированные торговые предприятия:

- а).комбинированные;
- б).торговые центры;
- в).универсамы;
- г).универмаги.

10.Торговое предприятие осуществляет

- а).куплю–продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного или дальнейшего использования;
- б).накопление товаров для дальнейшей их реализации;
- в).изучение покупательского спроса для дальнейшего заказа товаров;
- г).завоз товаров на базы и склады.

Тест к рейтинг-контролю № 2

Товароснабжение - это...

- а) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли
- б) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до потребителя
- в) комплекс коммерческих и технологических операций по производству товаров народного потребления
- г) система мероприятий по снабжению производственных предприятий сырьем и материалами

2. Товароснабжение розничных торговых предприятий основывается на следующих основных принципах:

- а) планомерность, ритмичность, технологичность
- б) конкретность, комплектность, ритмичность, целенаправленность
- в) правдивость, оперативность, централизация
- г) планомерность, ритмичность, оперативность, экономичность, централизация, технологичность
- д) ритмичность, экономичность, технологичность, целенаправленность

3. Операции, связанные с куплей-продажей товаров и выполняемые по поручению производителя торговым посредником на основе заключенного между ними соглашения или отдельного поручения:

- а) посреднические услуги
- б) торгово-посреднические операции.

4. Розничная торговая сеть – это

- а) совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей
- б) совокупность видов предпринимательской деятельности, увеличивающая ценность товаров и услуг, продаваемых потребителям и предназначенных для личного или семейного использования

в) включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования

5. Принципы (методы) размещения розничной торговой сети:

- а) равномерный
- б) групповой
- в) концентрический (ступенчатый)
- г) все выше перечисленные

6. Специализация торговой сети –

- а) это ограничение деятельности торговых предприятий по реализации отдельных товарных групп, подгрупп
- б) это соотношение торговых площадей, используемых для реализации отдельных групп товаров

7. Показатели типизации торговых предприятий:

- а) торговая площадь, товарный ассортимент, форма продажи товаров
- б) установочная площадь магазина, стационарность, величина товарооборота.

8. Необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля, с целью обеспечения удовлетворения комплексного спроса на товары означает:

- а) принцип группового размещения
- б) принцип равномерности

9. В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:

- а) планомерность и ритмичность
- б) рациональная организация товарного потока
- в) эффективное использование средств труда и полная сохранность свойств товаров
- г) механизация и автоматизация складских операций
- д) все выше перечисленные варианты

10. Отпуск товаров включает следующие основные операции:

- а) оформление продажи (отпуска), отборку товаров с мест хранения в) подсортировку и подготовку товаров к продаже г) подготовку к отпуску д) отгрузку по назначению
- б) оформление продажи (отпуска) отборку товаров с мест хранения, подготовку к отпуску, отгрузку по назначению

Тест к рейтинг-контролю № 3

1. При увеличении среднего срока хранения товаров коэффициент использования емкости склада...

- а) увеличивается
- б) уменьшается
- в) не изменяется

2. Себестоимость складской переработки - это...

- а) затраты денежных средств на переработку 1 тонны груза
- б) затраты времени и средств на переработку 1 тонны груза
- в) совокупные затраты денежных средств на строительство и эксплуатацию склада
- г) затраты денежных средств на переработку 1 тонны сырья на складе

3. Емкость склада - это...

- а) площадь складских помещений, занимаемая стеллажами, поддонами, предназначенными для хранения товаров
- б) максимальное расчетное количество грузов, которое может быть размещено для хранения на данном складе
- в) общий объем складских помещений, предназначенный для хранения грузов
- г) количество грузов, которое размещено для хранения на данном складе в данный момент времени

4. Позиционирование - это

- а) комплекс мер, благодаря которым в сознании целевых потребителей данный товар занимает собственное место по отношению к другим аналогичным товарам
- б) ключевое преимущество товара, которое позволяет потребителю удовлетворять свои потребности наилучшим образом, отличает данный продукт от товаров конкурентов и является источником мотивации его покупок

5. Позиционирование товара на рынке основывается на

- а) надежности
- б) имидже
- в) дифференцировании

6. Направления дифференцирования товара:

- а) продукт, услуги, персонал, канал распределения, имидж
- б) продукт, услуги, канал распределения, имидж

7. Основные ошибки позиционирования товара на рынке:

- а) не до позиционирование товара на рынке, сверх позиционирование товара на рынке, запутанное позиционирование товара на рынке, сомнительное позиционирование товара на рынке
- б) сверх позиционирование товара на рынке, запутанное позиционирование товара на рынке, сомнительное позиционирование товара на рынке

8. По стадиям ценообразования цены различают на:

- а) оптовые отпускные, оптовые закупочные, рыночные, розничные
- б) оптовые отпускные, оптовые закупочные, розничные

9. По характеру ценовой информации цены бывают:

- а) цены фактических сделок, оптовые аукционные, биржевые
- б) цены фактических сделок, аукционные, биржевые

10. Способы, используемые для стимулирования сбыта товаров:

- а) демонстрация товаров и реклама, ценовые стимулы, премии, образцы, выкладка товаров
- б) демонстрация товаров и реклама, ценовые стимулы, премии, образцы

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме зачета

Вопросы к зачету

1. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны
2. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.
3. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли.
4. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.
5. Роль торговли в сфере товарного обращения
6. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.

7. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
8. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
9. Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
10. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
11. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
12. Методы управления и оценка их эффективности
13. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей.
14. Оценка альтернативных стратегий торговли. 15. Реализация стратегий предприятий торговли.
16. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.
17. Моделирование коммерческой деятельности.
18. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли.
19. Управление закупками.
20. Управление ассортиментом товаров.
21. Управление товарными запасами.
22. Управление маркетингом
23. Управление продажами товаров
24. Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле
25. Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли
26. Разработка маркетинговых стратегий
27. Маркетинг закупок
28. Маркетинг-логистика
29. Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях
30. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров
31. Планировочные решения в розничных организациях торговли
32. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса
33. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях
34. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой
35. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета.
36. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации
37. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации
38. Стимулирование сбыта на оптовом предприятии
39. Предпродажный и послепродажный сервис на оптовых и розничных предприятиях
40. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.
41. Цели стимулирования продаж.
42. Методы стимулирования покупателей в розничной торговле
43. Методы стимулирования труда персонала розничной организации
44. Кадровая политика торгового предприятия
45. Характеристика функциональных обязанностей персонала торгового предприятия
46. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии.

47. Оформление и разработка должностных инструкций
48. Формирование трудового коллектива торгового предприятия
49. Содержание труда работников торгового предприятия
50. Система мотивации персонала в торговле
51. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия.
52. Основные типы оптовых и розничных торговых предприятий
53. Возможности применения матрицы И. Ансоффа при разработке стратегий развития торгового предприятия
54. Торговый ассортимент: понятие, принципы формирования, характеристики
55. Использование матрицы BCG, ABC и XYZ анализа в планировании торгового ассортимента и товарных запасов
56. Основные положения Закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
57. Маркетинговые коммуникации в розничной торговле: понятие, цели, задачи и основные направления развития
58. Типы конкуренции в розничной торговле: внутриформатная, межформатная, ассортиментная, перехватывающая
59. Понятие конкурентного преимущества торгового предприятия: внешнее и внутреннее
60. Использование новых информационных технологий на предприятиях торговли

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника,

дополнительной литературы);

- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков:

- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полностью изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях.

Самостоятельная работа предполагает изучение следующих разделов и тем:

1. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях

Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров. Планировочные решения в розничных организациях. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях. Стратегия продаж. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях. Методология определения эффективности применения методов продаж. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета. Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Факторы, определяющие развитие складской сети. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах. Методы расчета потребности в технологическом механическом оборудовании. Методика определения эффективности использования складской площади и складского обмена.

2. 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.

3. Управление персоналом предприятий торговли

Кадровая политика предприятия. Характеристика персонала торгового предприятия. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии. Обоснование потребности в кадрах, квалификационная структура штатов предприятия. Штатное расписание. Оформление должност-

ной инструкции. Формирование трудового коллектива торгового предприятия. Производственный коллектив как объект управления. Содержание труда работников торгового предприятия. Подготовка и повышение квалификации персонала. Управление посредством делегирования обязанностей и полномочий. Система мотивации персонала в торговле.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ (дата обращения)
Основная литература*		
1. Экономика организации: учебник и практикум для академического бакалавриата/ Л.А.Чалдаева [и др.]; под редакцией Л.А.Чалдаевой, А.В.Шарковой.– 3-е изд., перераб. и доп.– Москва : Издательство Юрайт, 2021.– 344 с. – (Высшее образование).– ISBN 978-5-534-14485-7.	2021	https://urait.ru/author-course/ekonomika-organizacii-477698
2. Магомедов, А.М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов/ А.М.Магомедов.– 2-е изд., перераб. и доп.– Москва: Издательство Юрайт, 2021.– 266 с.– (Высшее образование).– ISBN 978-5-534-05732-4.	2021	https://urait.ru/author-course/ekonomika-organizaciy-torgovli-473534
3. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для вузов/ В.В.Коршунов.– 5-е изд., перераб. и доп.– Москва: Издательство Юрайт, 2021.– 347с.– (Высшее образование).– ISBN 978-5-534-11583-3.	2021	https://urait.ru/author-course/ekonomika-organizacii-predpriyatiya-468582
4. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. – М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. – (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0535-7. -	2020	https://znanium.com/read?id=356009
Дополнительная литература		
1. Коммерческое (торговое) право зарубежных стран: учебник и практикум для вузов/ В.Ф.Попондопуло [и др.]; ответственные редакторы В.Ф.Попондопуло, О.А.Макарова.– 4-е изд.– Москва: Издательство Юрайт, 2021.– 562 с.– (Высшее образование).– ISBN 978-5-534-14824-4.	2021	https://urait.ru/author-course/kommercheskoe-torgovoe-pravo-zarubezhnyh-stran-487119
2. Назин, К. Н. Экономика России. Инфраструктура: учебник для бакалавриата и магистратуры / К. Н. Назин, Д. И. Кокурин. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 277 с. – (Авторский учебник). – ISBN 978-5-534-10612-1.	2019	https://biblio-online.ru/bcode/430917
3. Дерен, В. И. Экономика и международный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен, А. В. Дерен. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09246-2.	2019	https://biblio-online.ru/bcode/427503
3. Памбухчиянц О. В. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 400 с.	2018	https://znanium.com/read?id=241106

6.2. Периодические издания

Журнал «Свой бизнес».

*Примечание: * - литература из фонда библиотеки ВлГУ*

6.3. Интернет-ресурсы

1. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://edu.ru/>
2. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – URL: <http://ecsocman.edu.ru/>
3. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат). – URL: <http://www.gks.ru/>
4. Официальный интернет-портал Министерства промышленности и торговли РФ. – URL: www.minpromtorg.gov.ru
5. Проект института «Экономическая школа». – URL: <http://www.economicus.ru/>
6. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
7. Журнал «Финансовый менеджмент». – URL: <http://www.finman.ru/>
8. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>
9. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: webofscience.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание:

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил К.Э.Н., доцент каф Кат Ярьев О.Б.
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент
(представитель работодателя) Руководитель ООО «Интермоус» - Истранина СВ.В.
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»
Протокол № 1 от 25.08.21 года
Заведующий кафедрой [подпись] О.Б.Ярьев
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании учебно-методической комиссии направления 38.04.06. «Торговое дело»
Протокол № 1 от 30.08.21 года
Председатель комиссии [подпись] Краснова М.В.
(ФИО, должность, подпись)