

## АННОТАЦИЯ

### дисциплины Б1.В.ДВ.05. 02 «Менеджмент торговой организации»

*Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 час.), из них – 28,2 час. контактной работы: лекционных 8 час, практических 20час., ИКР 0,2 час.; 79,8 час. самостоятельной работы.*

**Целью дисциплины** – является формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем управления торговыми компаниями, выбора и формирования продуктового ассортимента, решения вопросов ценообразования, продвижения и размещения товаров, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования принципов менеджмента и инструментов управления продажами в торговых организациях, подбора и расстановки персонала, стратегической политики менеджмента современной торговой фирмы.

Выполнение данной программы предполагает не только освоение теоретических знаний в области обоснования стратегий развития предприятий и организаций розничной и оптовой торговли, но и получение конкретных аналитических навыков в области государственного регулирования торговли с учетом анализа реальной экономической ситуации, подбора и оценки качества персонала торговой организации, коммерческой деятельности и стимулирования продаж. Для этого планируются лекции, практические и семинарские занятия, дискуссии, написание эссе и аналитических отчетов, рефератов, разбор кейсов и других письменных работ, самостоятельная творческая работа с последующим обсуждением ее итогов и результатов.

#### **.Задачи дисциплины.**

Дать магистрантам теоретические и практические знания в области :  
понимания принципов и эффективных инструментов менеджмента торговой организации;  
усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к управлению продуктовым ассортиментом торговой фирмы;  
понимание значения и сущности стратегического подхода в формировании плана коммерческой деятельности;  
усвоение знаний в области организации маркетинга на торговом предприятии;  
формирование навыков подбора и оценки персонала для торговой организации;  
выработка умения оценки деятельности структурных подразделений торговой организации.

#### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.05. 02 «Менеджмент торговой организации» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП по направлению «Менеджмент» и занимает одно из ключевых мест в профессиональной подготовке магистров, дополняя, конкретизируя и развивая полученную ранее систему управленческих знаний студентов.

Курс «Менеджмент торговой организации» рассчитан на слушателей, обладающих достаточно широким спектром знаний в области теоретической и прикладной экономики, менеджмента, маркетинга, методов планирования и прогнозирования, международного менеджмента, международных экономических отношений, мировой экономики.

Методологической основой изучения дисциплины является системно-ситуационный подход, применение которого обуславливается наличием у обучающихся знаний философского, исторического, гуманитарного, культурологического социального, экономического, политологического, психологического характера, а также других знаний, полученных при изучении следующих управленческих дисциплин: менеджмента, теории

организации, информационные технологии в менеджменте, менеджмента, математические методы и модели в менеджменте.

Магистранты, приступившие к изучению дисциплины «Менеджмент торговой организации» должны понимать основные законы общественного и экономического развития, закономерности формирования и развития организаций как открытых социально-экономических систем, знать концепции, принципы, методы управления современной компанией; факторы внешней и внутренней среды организации, влияющие на ее систему менеджмента; особенности процесса управления экономическими субъектами международного бизнеса, принципами управления предприятий на разных рынках, владеть культурой мышления, уметь логично и ясно строить устную и письменную речь, аргументировано объяснять свою позицию, работать с информацией и эффективно взаимодействовать в группе.

Отмеченные связи и возникающие при этом отношения, содержание дисциплины «Менеджмент торговой организации» дает магистранту системные представления об изучаемых дисциплинах в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает высокий уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра менеджмента.

Для овладения дисциплиной «Менеджмент торговой организации» обучающиеся должны иметь представление об основах менеджмента, обладать сведениями о современном менеджменте как объекте профессиональной деятельности, обязаны усвоить информацию по организации управленческих решений и оценке персонала, знать закономерности и законы диалектики, категории философии, применяемых в экономических исследованиях, уметь использовать инструментарий для исследования существующих и новых проблем развития современного менеджмента в практике как российских, так и международных компаний.

#### **Требования к уровню освоения дисциплины:**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК-4)

| Индекс компетенции | Формулировка компетенции                                                                                                                                                                           | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                          |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                                                                                                                                                                                    | знать                                                                                                                                                                                                     | уметь                                                                                                                                                                                                           | владеть                                                                                                                                                                  |
| ПК-4               | Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | Иметь системное представление о месте торговых организаций в рыночной среде<br><br>Понимать сущность стратегии менеджмента политики как составной части управленческого и маркетингового процесса и знать | Выбирать и использовать количественные и качественные методы для исследования эффективности и управления бизнес-процессами в торговой организации<br><br>Анализировать параметры менеджмента формировать цели и | специальной управленческой терминологией на профессиональном уровне опытом поиска и анализа управленческой информации при проведении анализа опытом разработки стратегии |

|  |  |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                     |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс принятия решений в области формирования системы управления бизнес-процессами в коммерческой деятельности торговой организации | принципы стратегии управления, планировать тактические мероприятия<br>Определять наиболее важные резервы управления персоналом и формировать команду торговой организации<br>Анализировать эффективность управления торговой компанией на основе количественных и качественных показателей | менеджмента для организации, функционирующей в реальных условиях<br>Иметь опыт презентации разработанных планов и аргументированного обсуждения проблемных аспектов |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 9 семестре

| №<br>разд<br>ела | Наименование разделов                                                                           | Количество часов |                   |    |    |                        |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
|                  |                                                                                                 | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Самостоятельная работа |
|                  |                                                                                                 |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                        |
| 1                | 2                                                                                               | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                      |
| 1.               | Основы менеджмента торговой компании: бизнес-процессы, структура, принципы и методы менеджмента | 14               | 2                 | 2  |    | 10                     |
| 2.               | Государственное регулирование торговли                                                          | 14               | 2                 | 2  |    | 10                     |
| 3.               | Менеджмент оптовой торговой организации                                                         | 13.8             | 2                 | 2  |    | 9,8                    |
| 4.               | Менеджмент розничной торговой организации                                                       | 12               | 2                 | 2  |    | 10                     |

|    |                                                                            |    |   |    |  |      |
|----|----------------------------------------------------------------------------|----|---|----|--|------|
| 5. | Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия                | 12 |   | 2  |  | 10   |
| 6. | Маркетинг торговли                                                         | 12 |   | 2  |  | 10   |
| 7. | Управление персоналом торгового предприятия                                | 14 |   | 4  |  | 10   |
| 8. | Оценка деятельности предприятий торговли и принятие управленческих решений | 14 |   | 4  |  | 10   |
|    | Итого по дисциплине:                                                       |    | 8 | 20 |  | 79.8 |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

**Лабораторный практикум:** не предусмотрен.

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

**Основная литература:**

1 Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули ; пер. с англ. В. Рубинчика. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957> (30.09.2018).

Диксон, М. Всегда ваш клиент: как добиться лояльности, решая проблемы клиентов за один шаг / М. Диксон, Н. Томан, Р. Делиси ; пер. с англ. С. Бобко. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 272 с. - ISBN 978-5-9614-5168-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471681> (30.09.2018).

Ткаченко, Д. Скрипты продаж: готовые сценарии для «холодных» звонков и личных встреч / Д. Ткаченко ; ред. А. Петрова. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 224 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-5228-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468474> (30.09.2018).

**Дополнительная литература:**

1. Ламанова, В. Как превратить посетителя в покупателя: настольная книга директора магазина / В. Ламанова. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 240 с. : схем., табл. - ISBN 978-5-9614-5317-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468166> (30.09.2018).

2. Нордфальт, Й. Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Й. Нордфальт ; ред. А. Вороновой ; пер. И. Евстигнеева. - Москва : Альпина Паблишер, 2015. - 491 с. : схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-4701-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468423> (30.09.2018).

3. Полещук, О. Машина продаж: системный подход к активным продажам / О. Полещук ; ред. М. Сухановой. - Москва : Альпина Паблишерз, 2016. - 205 с. - ISBN 978-5-9614-1142-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443224> (30.09.2018).

Автор РПД: Шевченко Е.В.