

Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.10.01. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Для программы подготовки бакалавров «Маркетинг в торговле»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часа, из них 72 часа аудиторной нагрузки: лекционных 34 часа, практических 34 часа, КСР – 4 часа; 45 часов самостоятельной работы).

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о торговле как отрасли народной экономики, объединяющей совокупность предприятий и организаций, характеризующихся единством экономического назначения хозяйственной деятельности, направленной на доведение до потребителей материальных благ; приобретение студентами теоретических знаний в области организации торговой деятельности розничного предприятия, управления розничным предприятием и внедрения эффективного мерчандайзинга; знакомство с классификацией розничной торговли; развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления торговой деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины:

- Овладеть знаниями о системе розничной торговли и классификации современных розничных институтов;
- Изучить процесс формирования и поддержания отношений в розничной торговле;
- Выработать системный подход к выбору местоположения магазина;
- Приобретение знаний об управлении розничным предприятием, операционном менеджменте (финансовые и нефинансовые аспекты);
- Изучить основные подходы к разработке планов мерчандайзинга, менеджменту категорий;
- Освоить стратегии ценообразования в розничной торговле, использования корректировки цены (скидки, акции и пр.);
- Приобретение знаний о создании и сохранении имиджа розничной компании;
- Изучить стратегии продвижения в розничной торговле;
- Формирование представления о российской специфике розничной торговли.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Розничная торговля» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины по выбору образовательной программы бакалавриата направления «Торговое дело», программа «Маркетинг в торговле». Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса.

Дисциплина «Розничная торговля» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах «Экономико-математическое моделирование рыночных процессов», «Правовое регулирование маркетинговой и торговой деятельности», «Экономика отраслевых рынков/Территориальное размещение торговых предприятий», «Экономика организации», «Теоретические основы товароведения», «Логистика», «Коммерческая деятельность», «Менеджмент». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Ценообразование в маркетинге», «Продуктовая и ассортиментная политика», «Торговля товарами производственного назначения», «Мерчандайзинг», «Управление торговым персоналом». В свою очередь дисциплина «Розничная торговля» является базой для изучения таких дисциплин как «Электронная коммерция» и «Управление каналами распределения».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-2, ПК-8, ПК-11.

Конкретизация стандартных компетенций в курсе «Розничная торговля»

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-2	способность осуществлять управленческие управленческие торговые-технологические процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	<ul style="list-style-type: none"> - сущность розничной торговли и ее особенности функционирования в отличие от сферы производства; - виды, типы, функции торговых предприятий и принципы управления торговыми процессами; - принципы организации складского хозяйства и управления процессами складирования, хранения, учета, инвентаризации; - методологию проведения инвентаризации; - анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности розничной организации, в частности минимизация затрат материальных и трудовых ресурсов; - принципы учета и списывания потерь. 	<ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в вопросах управления предприятием, в частности организацией торгового-технологического процесса; - применять методы сбора, обработки и анализа информации для организаций и управления розничной организацией; - применять методы оценки и прогнозирования товарного ассортимента; - определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов; - анализировать и оценивать затраты материальных и трудовых ресурсов; - учитывать и списывать потери. 	<ul style="list-style-type: none"> - умением применять принципы и методы управления торговыми-технологическими процессами, в том числе трудовыми ресурсами; - методами проведения инвентаризации, организации процессов хранения, складирования, учета товароматериальных ценностей и списывания потерь; - навыками определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<ul style="list-style-type: none"> - систему организации качественного обслуживания на предприятиях розничной торговли; - методы проектного менеджмента в организации продаж; - методы стимулирования сбыта в розничной торговле; - техники коммуникативного общения для обеспечения качества торгового обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать информацию о состоянии системы качественного обслуживания на предприятиях розничной торговли; - организовать эффективную работу персонала с целью повышения качества обслуживания; - организовать разработку и реализацию проектов стимулирования сбыта в розничной торговле; - использовать техники коммуникативного общения для обеспечения качества торгового обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> - методами анализа коммерческой информации, необходимой для выявления реального положения уровня качества обслуживания на предприятиях розничной торговли; - способами организации эффективной работы персонала с целью повышения качества обслуживания; - методами стимулирования сбыта в розничной торговле; - коммуникативными техниками общения; качествами толерантности и терпимости.

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-11	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<ul style="list-style-type: none"> - основные направления инновационного развития розничной торговли; - ключевые векторы технологических инноваций в отрасли розничной торговли; - цели и принципы анализа маркетинговой среды предприятия; - концепции, методы и функции логистики, особенности логистики в торговле; - принципы современного мерчандайзинга товарного ассортимента. 	<ul style="list-style-type: none"> - использовать основные направления инновационного развития, технологические инновации розничной торговли в профессиональной деятельности; - выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка; - выстраивать логистическую цепочку товародвижения от производителя до розничного торговца; - осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников; - использовать принципы современного мерчандайзинга товарного ассортимента. 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа внедрения технологических инноваций розничной торговли в профессиональной деятельности; - методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей, используя инновационные достижения; - методами и средствами управления логистическими процессами; - методами современного мерчандайзинга при управлении товарным ассортиментом.

Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины приведены в таблице.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в розничную торговлю. Тенденции развития розничных торговых предприятий.	12	4	4		4
2	Формирование и поддержание отношений в розничной торговле	12	4	4		4
3	Стратегическое планирование в розничной торговле	12	4	4		4
4	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	14	4	4		6
5	Выбор местоположения магазина. Анализ торговой зоны.	10	4	2		4

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СР
6	Управление розничным предприятием.	14	4	4		6
7	Мерчендайзинг.	14	4	4		6
8	Ценообразование в розничной торговле	11	2	4		5
9	Коммуникации с потребителем	14	4	4		6
	Итого:	113	34	34		45

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации по всем темам.

Вид аттестации: Экзамен

Основная литература

1. Берман, Барри. Розничная торговля: стратегический подход [Текст] : [учебное пособие] / Б. Берман, Дж. Эванс ; [пер. с англ. Т. В. Клекоты, А. В. Левенко, О. Л. Пелявского, С. Г. Тригуб]. - 8-е изд. - М. : Вильямс , 2003. - 1181 с. : ил. - ISBN 5845905117 – 15 экз.
2. Кент, Т. Розничная торговля : учебник / Т. Кент, О. Омар. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 719 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01000-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117685>
3. Баженов, Юрий Константинович. Розничная торговля в России [Текст] / Ю. К. Баженов. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 238 с. - (Научная мысль. Экономика). - Библиогр.: с. 233-236. - ISBN 9785160046976 – 2 экз.
4. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли : учебник / О.В. Памбухчиянц. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-394-01131-3 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453918>

Автор: Чекашкина Н.Р., преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»