

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

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

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часа, из них 16 часов аудиторной нагрузки: лекционных 6 часа, практических 10 часов; 119 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 мерчендайзинга; 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:

- Владеть 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 мерчендайзинга, 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», «Мерчендайзинг», «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 управление торгово-технологическими 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"> - организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия); - виды, типы функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом; - организацию труда и управление персоналом; 	<ul style="list-style-type: none"> - применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью; - ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; 	<ul style="list-style-type: none"> - умение применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности; - умение и навыки документационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия;
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<ul style="list-style-type: none"> - систему организации продаж на предприятиях различных сфер деятельности и форм собственности; - методы проектного менеджмента в организации продаж; - методы организации работы в области продаж по аутсорсингу 	<ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать сущность и причины проявлений коммерческой деятельности и продаж в ситуационном маркетинге; - анализировать информацию о состоянии систем продаж предпринимательских структур, применять полученные знания для принятия необходимых решений в своей будущей профессиональной деятельности; - организовать разработку и реализацию проектов стимулирования сбыта в соответствии со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> - умение найти, получить и проанализировать коммерческую информацию, необходимую для выявления реального положения системы продаж предприятия в хозяйственной практике; - навыки организации продаж применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг.
ПК-11	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой,	<ul style="list-style-type: none"> - цели и принципы изучения маркетинговой среды предприятия и её анализ; - концепции, методы и функции логистики; 	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду 	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; - методами и средствами управления

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
	рекламной, логистической и (или) товароведной)	- контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле.	торговой организации и конъюнктуру рынка.	логистическими процессами.

Структура дисциплины:

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 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.	14	2			12
2	Формирование и поддержание отношений в розничной торговле	14		2		12
3	Стратегическое планирование в розничной торговле	14		2		12
4	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	14		2		12
5	Выбор местоположения магазина. Анализ торговой зоны.	12		2		10
6	Управление розничным предприятием.	20	2			18
7	Мерчендайзинг.	20	2			18
8	Ценообразование в розничной торговле	14		2		12
9	Коммуникации с потребителем	13				13
	Итого:	135	6	10	-	119

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., ст. преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»