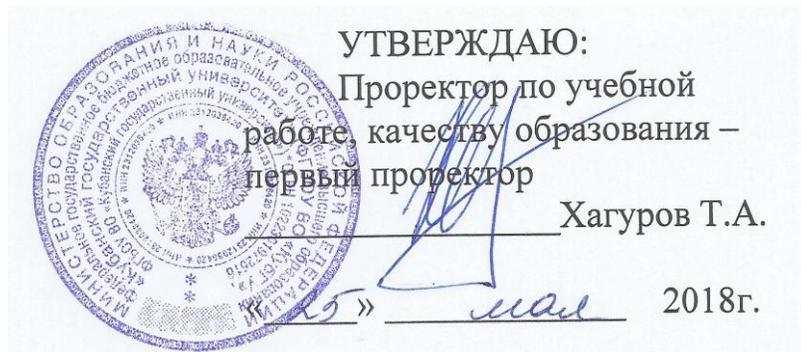


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет



Б1.В.03 РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И СЕТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки/ специальность:	38.04.06 «Торговое Дело»
Направленность (профиль) / специализация:	Маркетинг в торговле
Программа подготовки:	академическая
Форма обучения:	заочная
Квалификация (степень) выпускника:	магистр

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины **Б1.В.03 Розничные торговые предприятия и сети** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры).

Программу составил:
Воронов А.А., профессор кафедры маркетинга
и торгового дела, д-р. экон. наук



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга
и торгового дела (разработчик)
протокол №5 от 10.04.18 г.
Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета
протокол УМК № 4 от 17.04.18 г.
Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

Директор по маркетингу
ООО «ПНК «Буртехмаш»», к.э.н.
Сенюк А.А.

Доктор эконом. наук, профессор кафедры
мировой экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «КубГУ»
Никулина О.В.

1 Цели и задачи освоения дисциплины

1.1 Цель и задачи дисциплины

Обучение магистров по учебной дисциплине «Розничные торговые предприятия и сети» имеет следующие цели:

- закрепление и углубление знаний бакалавров по общепрофессиональным и специальным маркетинговым дисциплинам;
- освоение приемов работы с экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении проблем применения в маркетинговой деятельности инструментов системы маркетинговых коммуникаций;
- развитие необходимых специалисту по маркетингу навыков практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам управления розничными торговыми предприятиями и сетями;
- развитие навыков самостоятельной работы по планированию и организации стратегии розничных торговых предприятий и сетей.

При сдаче итогового экзамена/зачета студент доказывает, что он: умеет самостоятельно разбираться в экономических понятиях и категориях, овладел навыками работы со статистическим и эмпирическим материалом, знаком с библиографией, может самостоятельно работать с научной, учебной и периодической литературой, умеет анализировать состояние изучаемых вопросов на предприятиях и организациях, может на основе изучения теоретической и аналитической информации предложить рекомендации и мероприятия по оптимизации стратегии действующих розничных торговых предприятий и сетей.

1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» относится к вариативной части ФГОС ВО (Б1.В.03) ООП магистратуры. Ее изучение запланировано в 9 семестре. Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» базируется на дисциплинах базового (Б.1), а также вариативного (Б.1.В) циклов: «Стратегический маркетинг», «Компьютерные технологии», «Психология», «Рекламный менеджмент»

«Розничные торговые предприятия и сети» имеют логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основываются на дисциплинах по выбору (Б1.В.ДВ): «Деловые переговоры и личные продажи»; «Практикум по планированию и организации промо-мероприятий»; «Современные технологии Интернет-торговли»; «Продвижение в интернет».

В свою очередь дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» является базой для изучения таких дисциплин как «Бренд-технологии в маркетинговой деятельности»; «Информационное обеспечение маркетинговых решений».

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональных** компетенций:

ОК-9 – готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования

ОПК -3 – способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

ПК-4 – готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

ПК-5 – способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОК-9	готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования	систему управления на предприятиях различных сфер деятельности и форм собственности методы и инструменты управления в деятельности розничных торговых предприятий и торговых сетей	ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать сущность и причины фактов коммерческой деятельности в ситуационном маркетинге	навыками организации управления применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг
ОПК-3	способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности	методы разработки, анализа и оценки эффективности стратегии розничных торговых предприятий и сетей	анализировать информацию о системе управления розничных торговых предприятий и сетей, применять полученные знания для принятия необходимых решений в своей будущей профессиональной деятельности; осуществлять планирование и контроль деятельности розничных торговых предприятий и сетей; предлагать новые методы и инструменты управления розничных торговых предприятий и сетей	Инструментарием мониторинга, анализа и оценки ситуации в деятельности розничных торговых предприятий и сетей
ПК-4	готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности	методы проектного управления в организации деятельности розничных торговых предприятий и сетей	организовать разработку и реализацию проектов в соответствии со спецификой деятельности розничных торговых предприятий и сетей	навыками планирования и контроля деятельности розничных торговых предприятий и сетей
ПК-5	способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию	Методологию исследования, анализу, прогнозированию	Провести исследование и разработать бизнес-технологии управления розничным торговым предприятием	Методами оценки эффективности управления рознич-

	ванию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности	нию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры розничных рынков	или сетью	ными торговыми предприятиями и сетями
--	---	--	-----------	---------------------------------------

2 Содержание и структура дисциплины

2.1 Содержание разделов дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		11
Контактная работа	12,3	12,3
В том числе:		
Занятия лекционного типа	2	2
Практические занятия	10	10
КСР		
ИКР	0,3	0,3
СР	87	87
В том числе:		
Курсовая работа	-	-
проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и деловой игре.	87	87
Вид промежуточной аттестации:	экзамен	экзамен
Контроль	8,7	8,7
Общая трудоемкость	час	108
	зач. ед.	3

2.2 Структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов						
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа		КСР
			Л	ПЗ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7		
1	Сетевая форма организации розничных торговых предприятий		1	2		13		
2	Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей		1	2		13		
3	Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий			2		13		
4	Методология управления розничными торговыми предприятиями и сетями			2		13		

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР
5	Операционная стратегия розничных торговых предприятий и сетей			1		13	
6	Маркетинговая стратегия розничных торговых предприятий и сетей			1		22	
	<i>Итого:</i>	108	2	10		87	

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№ раз-дела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Разработано с участием представителей работодателей (указать организацию)
1	2	3	4	5
1	Сетевая форма организации розничных торговых предприятий	Сетевые технологии в торговле. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур. Транснациональные компании.	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	ООО «Бизнес-профи»
2	Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей	Традиционные и современные форматы розничной торговли. Основные виды торговых сетей в России. Крупнейшие торговые сети России. Законодательное регулирование деятельности розничных торговых предприятий и сетей	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	ООО «Стильный блеск»
3	Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий	Порядок образования торгового предприятия. Классификация розничных торговых предприятий и сетей: с позиции гражданско-правовых норм, с позиции количественных критериев, с отраслевых позиций.	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	ООО «ПНК «Буртех-маш»»
4	Методология управления розничными торговыми предприятиями и сетями	Масштаб управления торговыми сетями. Формат управления торговыми сетями. Методы управления торговыми сетями (централизованные, децентрализованные) Модель управления торговыми сетями (инвестиционная, холдинговая, централизованная, лоточная, гибридная). Архитектура информационной системы торговой сети (централизованная, распределенная)	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	АО «Тандер» ПАО «Магнит»
5	Операционная стратегия розничных торговых предприятий и сетей	Место операционной стратегии в управлении торговой сетью. Виды операционных стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей. Факторы формирования и оценки эффективности операционной стратегии. Формирование и реализация операционной стратегии торговой сети. Оценка эффективности	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	ООО «Бизнес-профи»

		операционной стратегии торговой сети		
б	Маркетинговая стратегия розничных торговых предприятий и сетей	Место маркетинговой стратегии в управлении торговой сетью. Виды маркетинговых стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей. Факторы формирования и оценки эффективности маркетинговой стратегии розничных торговых предприятий и торговых сетей. Формирование и реализация маркетинговой стратегии торговой сети. Оценка эффективности маркетинговой стратегии	Групповая дискуссия, эссе, реферат, тест	ООО «Стильный блеск»

2.3.2 Практические занятия

Тема 1. Сетевая форма организации розничных торговых предприятий.

Сетевые технологии в торговле. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур. Транснациональные компании.

Кейс-стади. Эссе. Реферат

Тема 2. Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей

Традиционные и современные форматы розничной торговли. Основные виды торговых сетей в России. Крупнейшие торговые сети России. Законодательное регулирование деятельности розничных торговых предприятий и сетей

Кейс-стади. Эссе. Реферат

Тема 3. Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий

Порядок образования торгового предприятия. Классификация розничных торговых предприятий и сетей: с позиции гражданско-правовых норм, с позиции количественных критериев, с отраслевых позиций.

Кейс-стади. Эссе. Реферат

Тема 4. Методология управления розничными торговыми предприятиями и сетями

Масштаб управления торговыми сетями. Формат управления торговыми сетями. Методы управления торговыми сетями (централизованные, децентрализованные) Модель управления торговыми сетями (инвестиционная, холдинговая, централизованная, лоточная, гибридная). Архитектура информационной системы торговой сети (централизованная, распределенная)

Кейс-стади. Эссе. Реферат

Тема 5. Операционная стратегия розничных торговых предприятий и сетей

Место операционной стратегии в управлении торговой сетью. Виды операционных стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей. Факторы формирования и оценки эффективности операционной стратегии. Формирование и реализация операционной стратегии торговой сети. Оценка эффективности операционной стратегии торговой сети

Кейс-стади. Эссе. Реферат

Тема 6. Маркетинговая стратегия розничных торговых предприятий и сетей

Место маркетинговой стратегии в управлении торговой сетью. Виды маркетинговых стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей. Факторы формирования и оценки эффективности маркетинговой стратегии розничных торговых предприятий и торговых сетей. Формирование и реализация маркетинговой стратегии торговой сети. Оценка эффективности маркетинговой стратегии

Кейс-стади. Эссе. Реферат

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций).	Ресурсы (в т.ч. и электронные) библиотеки КубГУ. 1. Горбунов В.К. Потребительский спрос: аналитическая теория и приложения / В. К. Горбунов. - Ульяновск : [УлГУ], 2015. - 261 с. 2. Грушенко В.И. Стратегии управления компаниями : от теории к практической разработке и реализации / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с. 3. Ивасенко А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко. - 4-е изд., стер. - Москва : КНОРУС, 2015. - 154 с. 4. Страхование: задачи и методы их решения [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" (степень-бакалавр) и специальностям/профилям "Финансы и кредит", "Мировая экономика" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И. В. Бабенко, Н. В. Бабенко ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - 2-е изд., испр. и доп. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2012. - 237 с. - Библиогр.: с. 212-214. - ISBN 9785820908361 : 13.00.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины лекции, практические занятия, консультации являются ведущими формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

Лекции излагаются в виде презентации с использованием мультимедийной аппаратуры. Данные материалы в электронной форме передаются студентам.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют (с использованием программы Power Point) небольшие сообщения по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят: 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме; 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме; 3) подготовка реферативных обзоров; 4) подготовка презентации.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: при реализации различных видов учебной работы (лекций и практических занятий) используются следующие образовательные технологии: дискуссии, презентации, конференции. В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения (ролевая игра), технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучающегося в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Темы рефератов (презентаций) (ОК-8; ПК-3; ПК-6)

1. Сетевые технологии в торговле.
2. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур.
3. Транснациональные компании.
4. Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей
5. Традиционные и современные форматы розничной торговли
6. Основные виды торговых сетей в России
7. Крупнейшие торговые сети России
8. Законодательное регулирование деятельности розничных торговых предприятий и сетей
9. Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий
10. Порядок образования торгового предприятия
11. Классификация розничных торговых предприятий и сетей: с позиции гражданско-правовых норм, с позиции количественных критериев, с отраслевых позиций
12. Масштаб управления торговыми сетями
13. Формат управления торговыми сетями

14. Методы управления торговыми сетями (централизованные, децентрализованные)
15. Модель управления торговыми сетями (инвестиционная, холдинговая, централизованная, лоточная, гибридная)
16. Архитектура информационной системы торговой сети (централизованная, распределенная)
17. Место операционной стратегии в управлении торговой сетью
18. Виды операционных стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
19. Факторы формирования и оценки эффективности операционной стратегии
20. Формирование и реализация операционной стратегии торговой сети
21. Оценка эффективности операционной стратегии торговой сети
22. Место маркетинговой стратегии в управлении торговой сетью
23. Виды маркетинговых стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
24. Факторы формирования и оценки эффективности маркетинговой стратегии розничных торговых предприятий и торговых сетей
25. Формирование и реализация маркетинговой стратегии торговой сети
26. Оценка эффективности маркетинговой стратегии

Контрольные вопросы по темам дисциплины (ОК-8; ПК-3; ПК-6)

1. Сетевые технологии в торговле.
2. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур.
3. Транснациональные компании.
4. Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей
5. Традиционные и современные форматы розничной торговли
6. Основные виды торговых сетей в России
7. Крупнейшие торговые сети России
8. Законодательное регулирование деятельности розничных торговых предприятий и сетей
9. Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий
10. Порядок образования торгового предприятия
11. Классификация розничных торговых предприятий и сетей: с позиции гражданско-правовых норм, с позиции количественных критериев, с отраслевых позиций
12. Масштаб управления торговыми сетями
13. Формат управления торговыми сетями
14. Методы управления торговыми сетями (централизованные, децентрализованные)
15. Модель управления торговыми сетями (инвестиционная, холдинговая, централизованная, лоточная, гибридная)
16. Архитектура информационной системы торговой сети (централизованная, распределенная)
17. Место операционной стратегии в управлении торговой сетью
18. Виды операционных стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
19. Факторы формирования и оценки эффективности операционной стратегии
20. Формирование и реализация операционной стратегии торговой сети
21. Оценка эффективности операционной стратегии торговой сети
22. Место маркетинговой стратегии в управлении торговой сетью
23. Виды маркетинговых стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
24. Факторы формирования и оценки эффективности маркетинговой стратегии розничных торговых предприятий и торговых сетей

25. Формирование и реализация маркетинговой стратегии торговой сети
26. Оценка эффективности маркетинговой стратегии

Решение задач по дисциплине (ОК-9; ОПК-3; ПК-4; ПК-5)

Задача № 1 «Детский мир»

Российский рынок товаров для детей растет на 15–20% в год, а некоторые его сегменты – еще быстрее. По-прежнему огромная часть продаж детских товаров (80%) приходится на рынки, одиночные магазины, аптеки. Сетям остается всего 20% рынка, причем половину из них занимает неспециализированная розница. Безусловные лидеры рынка по оборотам – «Детский мир» и «Банана-мама». С большим отрывом за ними следуют московский «Кораблик», петербургские сети «Здоровый малыш», «Дети», а также столичная сеть товаров для будущих мам и детей «Кенгуру». Сеть магазинов для детей «Кораблик» была создана в 1999 году. Сегодня она включает 25 магазинов средней площадью около 800 кв. м, пять из которых расположены в регионах, остальные – в Москве и Подмосковье. В планах компании открыть еще 20 магазинов в разных городах. Ассортимент «Кораблика» включает 10–12 тыс. наименований. В основном это детская одежда, питание, игрушки, мебель. Что бы выдержать жесткую конкуренцию на рынке «Кораблик» проложил курс между основными игроками, решив обыграть «Детский мир» по ценам, а «Банана-мату» – по сервису. Благодаря выбранной политике он и существует сейчас на рынке.

Задание: Охарактеризуйте политику, выбранную сетью магазинов «Кораблик»? На какой сегмент они ориентированы? Какие действия необходимо предпринять сети, чтобы остаться на рынке?

Задача № 2 «Модный бум»

Лучано Бенеттон, основатель и глава компании Benetton, изобрел для мира «массовую моду». Эта идея приносит ему сегодня миллиарды долларов в год. Начав пятьдесят лет назад с нескольких вручную связанных свитеров, семья Бенеттонов продает сегодня более ста миллионов предметов модной одежды по всему миру. Итальянская мода появилась сама по себе – люди хотели радоваться налаживающейся жизни. Перед Benetton тогда стояла проблема: поднять цены и стать дорогим брэндом для узкого круга клиентов или же наращивать объемы производства. Во втором случае существовал риск опуститься до банального ширпотреба, тем не менее ставка была сделана на массовость. Бенеттон придумал особое понятие «массовая мода». Свои коллекции Benetton меняет раз в месяц. Пятьсот человек занимаются в компании разработкой коллекций, новых материалов, цветовых концепций. Воплощая в жизнь на технологическом уровне эту модель производства одежды, сочетающую высокое качество, огромный выбор и быстрое изменение дизайна, семье Бенеттонов потребовалось придумать крайне гибкую, высокотехнологичную систему производства и особую сетевую схему сбыта. Задание: Определить, какую систему производства и сетевую схему сбыта выбрала компания Benetton?

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для экзамена по дисциплине (ОК-9; ОПК-3; ПК-4; ПК-5)

1. Сетевые технологии в торговле.
2. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур.
3. Транснациональные компании.
4. Современное состояние розничных торговых предприятий и сетей

5. Традиционные и современные форматы розничной торговли
6. Основные виды торговых сетей в России
7. Крупнейшие торговые сети России
8. Законодательное регулирование деятельности розничных торговых предприятий и сетей
9. Организационно-правовые формы и виды торговых предприятий
10. Порядок образования торгового предприятия
11. Классификация розничных торговых предприятий и сетей: с позиции гражданско-правовых норм, с позиции количественных критериев, с отраслевых позиций
12. Масштаб управления торговыми сетями
13. Формат управления торговыми сетями
14. Методы управления торговыми сетями (централизованные, децентрализованные)
15. Модель управления торговыми сетями (инвестиционная, холдинговая, централизованная, лоточная, гибридная)
16. Архитектура информационной системы торговой сети (централизованная, распределенная)
17. Место операционной стратегии в управлении торговой сетью
18. Виды операционных стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
19. Факторы формирования и оценки эффективности операционной стратегии
20. Формирование и реализация операционной стратегии торговой сети
21. Оценка эффективности операционной стратегии торговой сети
22. Место маркетинговой стратегии в управлении торговой сетью
23. Виды маркетинговых стратегий розничных торговых предприятий и торговых сетей
24. Факторы формирования и оценки эффективности маркетинговой стратегии розничных торговых предприятий и торговых сетей
25. Формирование и реализация маркетинговой стратегии торговой сети
26. Оценка эффективности маркетинговой стратегии

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:*

1. Горбунов В.К. Потребительский спрос: аналитическая теория и приложения / В. К. Горбунов. - Ульяновск : [УлГУ], 2015. - 261 с.
2. Грушенко В.И. Стратегии управления компаниями : от теории к практической разработке и реализации / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с.
3. Ивасенко А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко. - 4-е изд., стер. - Москва : КНОРУС, 2015. - 154 с.
4. Страхование: задачи и методы их решения [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" (степень-бакалавр) и специальностям/профилям "Финансы и кредит", "Мировая экономика" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И. В. Бабенко, Н. В. Бабенко ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - 2-е изд., испр. и доп. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2012. - 237 с. - Библиогр.: с. 212-214. - ISBN 9785820908361 : 13.00.

5.2 Дополнительная литература:

1. Гелета И.В. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учебное пособие / И. В. Гелета, Е. С. Калинская, А. А. Кофанов. - Москва : Магистр, 2014. - 303 с. - Библиогр.: с. 302-303. - ISBN 978-5-9776-0006-4

2. Проектная экономика в условиях инновационного развития: модели, методы, механизмы : [монография] / отв. ред. Т. С. Новикова ; [В. В. Кулешов и др.] ; Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние, Федеральное гос. бюджетное учреждение науки, Ин-т экономики и организации промышленного производства СО РАН. - Новосибирск : [Параллель], 2013. - 163 с.

3. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг : что должен знать маркетинговый аналитик / Т. Н. Рыжикова. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 288 с.

5.3. Периодические издания

1. Маркетинг. Научный журнал.
2. Практический маркетинг. Научный журнал. URL: <http://www.bci-marketing.ru/>
3. Маркетинговое управление предприятием. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-mba.ru/>
4. Маркетинг в России и за рубежом. Научный журнал. URL: <http://www.mavriz.ru/>
5. Маркетинг PRO. Научный журнал. URL: <http://www.marketingpro.ru/>
6. Новости маркетинга. Научный журнал. URL: <http://www.marketingnews.ru/>
7. Маркетинг-менеджмент. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-magazine.ru/>
8. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. Научный журнал. URL: <http://www.marketingandresearch.ru/>
9. Рекламодатель: теория и практика. Научно-практический журнал. URL: <http://www.reklamodatel.ru/>
10. Рекламные технологии. Научно-практический журнал. URL: <http://www.rectech.ru/journal/>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» www.grebennikon.ru
2. Проект «ПОЛПРЕД» www.polpred.com
3. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных <http://www.scopus.com/>
4. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect <http://www.sciencedirect.com/>
5. Электронная библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/>
6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» www.biblioclub.ru
7. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
8. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
9. Онлайн-служба полнотекстовых русскоязычных баз данных Информационного агентства «Интегрум-Техно» <http://www.integrum.com/>
10. EBSCO Publishing <http://search.ebscohost.com>
11. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА) <http://www.rba.ru/>
12. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) <http://uisrussia.msu.ru>
13. Электронная Библиотека Диссертаций <http://diss.rsl.ru/>
14. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда

- (<http://www.oxfordrussia.com>) <http://lib.mylibrary.com/home.asp>
15. «Лекториум ТВ» - видеолекции ведущих лекторов. Доступ: <http://www.lektorium.tv/>. Подробное описание проекта: http://www.lektorium.tv/stuff/about_project/
16. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» <http://www.rucont.ru>
17. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
18. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций. База информационных потребностей <http://infoneeds.kubsu.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине «Розничные торговые предприятия и сети» проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и деловой игре.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы.

При изучении основной и дополнительной литературы, студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;
- 5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;
- 6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по антикоррупционным проблемам.

В ходе самоподготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования. Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является подготовка к проведению деловой игры. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и расширить практический опыт студента, его способность генерировать собственные идеи,

умение выслушать альтернативную точку зрения, аргументированно отстаивать свою позицию, сформировать командные навыки принятия решений.

На сегодняшний день тестирование – один из самых действенных и популярных способов проверить знания в изучаемой области. Тесты позволяют очень быстро проверить наличие знаний у студентов по выбранной теме. Кроме того, тесты не только проверяют знания, но и тренируют внимательность, усидчивость и умение быстро ориентироваться и сообщать. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категории и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Подготовка реферата (презентации) – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

При изучении дисциплины «Розничные торговые предприятия и сети» используется следующее программное обеспечение: Программа Excel, Power Point, Microsoft Office.

8.2 Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.
4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих
5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.
6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.
7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.myilibrary.com> .

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н. 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности, ауд. 201а
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (206А), аудитории 202А, 210Н, А216Н)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В процессе изучения дисциплины используются современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы, находящиеся в режиме свободного доступа. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем, используемых в процессе преподавания дисциплины

	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
1.	Базы данных Министерства экономического развития и торговли РФ	http://economy.gov.ru
2.	Базы статистических данных Росстата	http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
3.	Консультант Плюс – справочная правовая система. Доступ к СПС Консультант Плюс предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (к. А 213 библиотечный корпус), class@lib.kubsu.ru	http://www.consultant.ru/
4.	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)	https://www.esomar.org
5.	Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы)	https://www.restko.ru/
6.	База данных исследований Центра стратегических разработок	https://www.csr.ru/issledovaniya/
7.	База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН	http://www2.viniti.ru/
8.	Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных	www.rusnano.com
9.	База данных Федерального института промышленной собственности	www.fips.ru
10.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)	http://uisrussia.msu.ru/
11.	Базы данных компании «Ист Вью»	http://dlib.eastview.com