

Аннотация по дисциплине
Б1.В.04 РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И СЕТИ

Для программы подготовки бакалавров
«Электронная коммерция и интернет-маркетинг»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часа, из них:

для ОФО - 54 часа аудиторной нагрузки: лекционных 36 часа, практических 18 часов, КСР – 4 часа; 50 часов самостоятельной работы;

для ОЗФО – 36 часов аудиторной нагрузки: лекционных 24 часа, практических 12 часов, КСР – 4 часа; 50 часов самостоятельной работы).

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о розничной 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; с знакомство с сущностью и принципами организации сетевого ритейла; развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления торговой деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Овладеть знаниями о системе розничной торговле 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 (финансовых и нефинансовых аспектах);
- Изучить основные подходы к разработке планов мерчендайзинга, менеджменту категорий;
- Ознакомиться с принципами организации сетевого ритейла;
- 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 компаний розничной торговли;
- Сформировать представления о российской специфике организации розничной торговли.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса ««Розничные торговые предприятия и сети» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» базируется на дисциплинах «Экономика торгового предприятия», «Торгово-коммерческая деятельность», «Основы товароведения и экспертизы». В свою очередь дисциплина «Розничные торговые предприятия и сети» является базой

для изучения таких дисциплин как «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Рыночные исследования и анализ данных», «Распределительно-логистические системы», «Мерчандайзинг», «Управление продуктом и ассортиментом», «Формирование и управление партнерскими отношениями», «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Методы стратегического анализа».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	<p>- научиться разрабатывать и осуществлять управление торгово-технологическими процессами на розничном предприятии с целью достижения и поддержания сильных конкурентных позиций посредством эффективного использования инструментов анализа и продвижения предприятия в сети Интернет.</p>
ИПК-3.2. Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлай-н-, офлайн-форматах и сетевых организациях	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение ритейла в цепочке продвижения товара от производителя до потребителя; - организационные принципы построения розничных торговых предприятий; - классификацию, типы, функции торговых предприятий; - особенности организации сетевых структур в сфере ритейла; - современные тенденции развития сетевого ритейла; - принципы управления торгово-технологическим процессом; - особенности организации торгово-технологического процесса в зависимости от формата торговли (онлайн и оффлайн среде); - инновационные подходы и решения в сфере ритейла; - сущность организации каналов распределения в цепочке продвижения товара к потребителю; - классификацию местоположения розничного магазина; - критерии выбора и оценки местоположения магазина; - схемы пространственного размещения товаров в магазине (планограммы); - основные инструменты продвижения торгового предприятия в сети интернет, их преимущества, недостатки и ситуации использования; - основные подходы и принципы формирования стратегии продвижения торгового предприятия; - экономические показатели деятельности предприятий сферы ритейла.
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценить перспективность места размещения магазина;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия; - применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для управления коммерческой деятельностью розничной организации; - ориентироваться в вопросах управления розничным предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; - ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать их сущность и причины проявлений в коммерческой деятельности розничного предприятия; - организовать разработку и реализацию проектов по стимулированию сбыта в соответствии со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями ритейла; - использовать преимущества различных приемов и инструментов продвижения в интернет-среде; - применять основные принципы разработки интернет-сайта торгового предприятия; - использовать инструменты поисковой оптимизации; - разрабатывать, размещать и анализировать контекстную рекламу розничного предприятия; - применять инструменты продвижения в социальных медиа и партнерских программах; - выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетингового продвижения; - анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка. - анализировать инновационные технологии в ритейле и искать возможные пути их использования к каждой конкретной ситуации, а также сопоставлять текущую политику торгового предприятия с инновационными возможностями в отрасли. <p><i>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами стратегического анализа эффективности деятельности розничного торгового предприятия; - аналитическими навыками определять, какие из существующих инструментов продвижения торгового предприятия являются наиболее актуальными и эффективными в конкретной практической ситуации; - умением применять принципы и методы менеджмента торговым предприятием в профессиональной деятельности; - умением 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) как в офлайн торговле, так и в онлайн формате; - методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; - методами и средствами управления логистическими процессами;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки комплексной стратегии продвижения торгового предприятия посредством использования собственного сайта; - основными принципами разработки интернет-сайта торговой организации; - способностями к разработке, размещению и анализу контекстной рекламы торгового предприятия; - навыками использования партнерских программ, контекстной рекламы, социальных сетей для развития и продвижения имиджа торговой организации в сети Интернет; - навыками разработки и реализации комплексной программы стратегического продвижения торгового предприятия в сети Интернет.

Содержание дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в сферу розничной торговли. Современные тенденции развития розничных торговых предприятий.	8	4	2	-	2
2	Стратегическое планирование в розничной торговле	12	4	2	-	6
3	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	12	4	2	-	6
4	Он-лайн торговля: сущность, принципы организации, перспективы развития.	14	4	2	-	8
5	Стратегия размещения розничного предприятия.	14	4	2	-	8
6	Управление мерчендайзингом: продукция, поставки, запасы, ценообразование.	14	4	2	-	8
7	Операционный менеджмент в ритейле.	10	4	2	-	4
8	Коммуникации с потребителем.	8	4	2	-	2
9	Продвижение торговой компании в сети Интернет	12	4	2	-	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	36	18	-	50
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (на 2 курсе) (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в сферу розничной торговли. Современные тенденции развития розничных торговых предприятий.	7	2	1	-	4
2	Стратегическое планирование в розничной торговле	9	2	1	-	6
3	Розничные торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	14	4	2	-	8
4	Он-лайн торговля: сущность, принципы организации, перспективы развития.	13	2	1	-	10
5	Стратегия размещения розничного предприятия.	11	2	1	-	8
6	Управление мерчендайзингом: продукция, поставки, запасы, ценообразование.	14	4	2	-	8
7	Операционный менеджмент в ритейле.	13	4	1		8
8	Коммуникации с потребителем.	9	2	1		6
9	Продвижение торговой компании в сети Интернет	14	2	2	-	10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	24	12	-	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			-	

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

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

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

Вид аттестации: Экзамен

Основная литература

. Учебная литература

1. 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>

а. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для вузов / В. Э. Новиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01012-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469280>

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для ВУЗов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-485411>

2. 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 : 329.45.

3. 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 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453918>
4. Новаков, А.А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы / А.А. Новаков. - Москва : Инфра-Инженерия, 2013. - 464 с. - ISBN 978-5-9729-0060-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144679>
5. Максименко, А.А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Костромской государственной университет имени Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013. - 140 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-7591-1315-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641>
6. Электронная торговля: учебник : [16+] / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300> (дата обращения: 16.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.

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