

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Менеджмент предприятий торговли Б1.В.ОД.13

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент организации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шарафутдинова Н.С.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 9499118019

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Шарафутдинова Н.С. кафедра маркетинга Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития , NSSharafutdinova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями учебной дисциплины 'Менеджмент предприятий торговли' является овладение студентами теоретических знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области операционных и стратегических процессов на предприятиях торговли, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел 'Б1.Б.16 Дисциплины (модули)' основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 'Менеджмент (Менеджмент организации)' и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, в 1 семестре. Для успешного освоения данной дисциплины необходимы базовые знания, приобретенные при изучении следующих дисциплин: 'Экономика предприятия', 'Основы менеджмента'.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

различные стороны функционирования торговых предприятий, директивные и нормативные акты, регламентирующие структурно-элементное построение внутренней торговли в федеральном и региональном аспекте, виды, типы, функции торговых предприятий, управление торговыми процессами, организацию труда на предприятии торговли, методы оценки эффективности торговой деятельности, регулировать процессы закупки и реализации товаров, осуществления операций товароснабжения торгового предприятия; методы управления персоналом; инструменты стратегического управления

2. должен уметь:

осуществлять торговые и технологические операции, в розничной и оптовой торговле; проводить анализ деятельности предприятия

3. должен владеть:

аналитическими методами для оценки эффективности торговой деятельности , технологией разработки решений на предприятиях; опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. Цели и задачи дисциплины.	6	1	4	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Теоретические основы менеджмента в торговой сфере	6	3	4	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Система методов управления	6	5	4	4	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Деловое и управленческое общение	6	7	4	4	0	Письменная работа
5.	Тема 5. Тайм менеджмент в торговли	6	9	6	6	0	Письменная работа
6.	Тема 6. Управление конфликтами. Работа с возражениями	6	12	4	6	0	Контрольная работа
.	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Цели и задачи дисциплины.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Цели и задачи дисциплины. Функции менеджмента на предприятии торговли. Тенденции развития в сфере торговли

практическое занятие (4 часа(ов)):

Реализация функций менеджмента на предприятии торговли. Факторы, влияющие на развитие торговой сферы. Особенности применения функций менеджмента в торговле

Тема 2. Теоретические основы менеджмента в торговой сфере

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основы современного менеджмента. Современные подходы в менеджменте (количественный, процессный, системный, ситуационный), их сущность и основные отличия. Парадигма менеджмента. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям). Основы менеджмента в коммерческой деятельности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Основные категории менеджмента: субъекты и объекты, функции, методы, виды, принципы менеджмента их взаимосвязь. Объект управления - организация. Признаки организации. Уровни управления в организации. Принципы управления: понятие, значение, виды. Особенности применения принципов управления в предприятиях торговли.

Тема 3. Система методов управления

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Методы управления: классификация, взаимосвязь и взаимозависимость. Экономические, административные), социально-психологические методы управления: понятие, назначение, особенности их применения

практическое занятие (4 часа(ов)):

Составление должностной инструкции менеджера торгового зала.

Тема 4. Деловое и управленческое общение

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Деловое и управленческое общение: понятия, назначение. Психология и этика делового общения. Роль общения для современного менеджера. Формы и виды общения. Организация общения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Беседы и совещания: понятие, классификация, технология организации и проведения. Деловой этикет. Факторы повышения эффективности делового общения. Телефонные переговоры: правила, этические нормы. Невербальные средства делового общения. Поза, мимика, жесты в процессе делового общения, их значение. Деловое общение менеджеров по продажам, коммерческих агентов и др. с потребителями услуг торговли, руководством, подчиненными и коллегами по работе.

Тема 5. Тайм менеджмент в торговле

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Методы и технология оценки качества менеджера. Вхождение руководителя в новую организацию. Правила служебного поведения руководителя. Культура управленческого труда.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Самоменеджмент: понятие, направления совершенствования организации труда, норма управляемости

Тема 6. Управление конфликтами. Работа с возражениями

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Конфликты в организации: понятие, природа, последствия, функции, виды и причины возникновения, стадии развития. Правила поведения в конфликте. Социальные роли участников конфликта. Методы управления конфликтными ситуациями в коллективе.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Стресс: понятие, виды, природа и причины возникновения. Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций и понижения уровня стресса.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Цели и задачи дисциплины.	6	1	подготовка к устному опросу	3	Устный опрос
2.	Тема 2. Теоретические основы менеджмента в торговой сфере	6	3	подготовка к устному опросу	3	Устный опрос
3.	Тема 3. Система методов управления	6	5	подготовка к устному опросу	3	Устный опрос
4.	Тема 4. Деловое и управленческое общение	6	7	подготовка к письменной работе	3	Письменная работа
5.	Тема 5. Тайм менеджмент в торговли	6	9	подготовка к письменной работе	3	Письменная работа
6.	Тема 6. Управление конфликтами. Работа с возражениями	6	12	подготовка к контрольной работе	3	Контрольная работа
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения ДЕЛОВЫЕ И РОЛЕВЫЕ ИГРЫ

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Цели и задачи дисциплины.

Устный опрос , примерные вопросы:

1 Организация как объект управления, понятие, признаки. 2 Факторы среды прямого воздействия (поставщики, потребители. конкуренты, законы и государственные органы). 3 Факторы среды косвенного воздействия (социо-культурные, технологические, экономические, политические), их характеристика и взаимосвязь. 4 Подвижность и неопределенность внешней среды. 5 Цели менеджмента в торговой сфере 6 Основные задачи менеджмента в торговли 7 Компетенции менеджера в сфере торговли 8 Основные проблемы менеджмента в современных условиях 9 Специфика менеджмента в торговли 10 Понятие и сущность торговой деятельности

Тема 2. Теоретические основы менеджмента в торговой сфере

Устный опрос , примерные вопросы:

1 Функции управления: понятие, классификация. 2 Роль планирования в организации. 3 Стратегическое, тактическое и оперативное планирование. 4 Основные стадии планирования. 5 Виды планов: долгосрочные, стратегические, среднесрочные, краткосрочные, тактические, оперативные

Тема 3. Система методов управления

Устный опрос, примерные вопросы:

Методы управления: классификация, взаимосвязь и взаимозависимость. Экономические, административные), социально-психологические методы управления: понятие, назначение, особенности их применения

Тема 4. Деловое и управленческое общение

Письменная работа, примерные вопросы:

Уровни принятия решений: рутинный, коллективный, адаптационный, инновационный. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление ограничений, разработка решений, оценка и принятие решений. Условия эффективности управленческих решений. Методы принятия решений: неформальные, коллективные, количественные. Индивидуальные стили принятия решений

Тема 5. Тайм менеджмент в торговле

Письменная работа, примерные вопросы:

Методы и технология оценки качества менеджера. Вхождение руководителя в новую организацию. Правила служебного поведения руководителя. Культура управленческого труда. Самоменеджмент: понятие, направления совершенствования организации труда, норма управляемости

Тема 6. Управление конфликтами. Работа с возражениями

Контрольная работа, примерные вопросы:

Правила поведения в конфликте. Социальные роли участников конфликта. Методы управления конфликтными ситуациями в коллективе. Стресс: понятие, виды, природа и причины возникновения. Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций и понижения уровня стресса.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 6 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

1. Основные понятия: "Менеджмент", "торговые процессы", "розничная торговля", "оптовая торговля", "операции и процедуры в торговле".
2. Основные функции процессов управления деятельностью предприятия.
3. Организация операций и процедур как объект управления и системы управления.
4. Количественные и качественные показатели, характеризующие эффективность операций в системе управления.
5. Предприятие торговли как хозяйствующий субъект на потребительском рынке. Сфера функционирования торгового предприятия на потребительском рынке.
6. Оптовая торговля: сущность, функции, особенности функционирования, современное состояние и перспективы развития.
7. Виды и типы оптовых предприятий, функции и их роль в организации процессов товародвижения.
8. Особенности развития оптовой торговли в мировом экономическом пространстве.
9. Оптовые предприятия общенационального масштаба и регионального уровня. Независимые оптовики, торгово-посреднические структуры, организаторы оптового оборота.
10. Организация закупочной деятельности на оптовом предприятии. Сущность процессов закупочной работы, источники поставок товаров.

11. Основные критерии выбора поставщиков. Операции по организации закупок товаров и оценка её эффективности (на оптовом и розничном предприятии).
12. Факторы, влияющие на закупочную работу торгового предприятия и её эффективность (на оптовом предприятии, в розничной торговле).
13. Операции по организации оптовой продажи товаров и оценка их эффективности.
14. Источники поставок товаров в розничную сеть, процессы по их изучению и выбор.
15. Коммерческие риски в торговле и пути их снижения.
16. Договоры в торговле, операции и процедуры по заключению договоров на поставку товаров и их экономическое обоснование
17. Договоры поставки товаров: их сущность, порядок заключения и расторжения договоров поставки.
18. Процессы организации закупок на оптовых ярмарках.
19. Классификация оптовых предприятий, роль отдельных видов и типов оптовых предприятий в организации процессов товародвижения.
20. Организация процессов товароснабжения розничных торговых предприятий (на конкретном примере).
21. Современные направления развития сети предприятий розничной торговли.
22. Классификации предприятий розничной торговли: признаки классификации, типы и виды предприятий.
23. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия.
24. Операции по разработке планаграммы рационального размещения товаров в торговом зале магазина с позиции мерчандайзинга.
25. Операции по организации и технологии розничной продажи товаров (на примере конкретного магазина).
26. Основы формирования инфраструктуры розничной торговли
27. Формы торгового обслуживания и методы продажи товаров.
28. Правила продажи отдельных видов товаров.
29. Продажа товаров по особым правилам: по образцам, продажа товаров в кредит, продажа товаров длительного пользования, продажа алкогольной продукции и табачных изделий.
30. Организационные операции торгового обслуживания покупателей и пути их совершенствования.
31. Современные формы и методы торгового обслуживания и их эффективность.
32. Организация государственного контроля за торговлей.
33. Организационные операции по анализу и оценке культуры и качества торгового обслуживания населения.
34. Анализ состояния и обоснование перспективных направлений развития оптовой торговли.
35. Автоматизации процессов продажи товаров (вендинга).
36. Внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, основанных на мерчандайзинговом подходе.
37. Анализ места расположения магазина и оценка его потенциала.
38. Выбор оптимального типа торгового центра для конкретной территории.
39. Операции по организации закупок товаров и оценка её эффективности (на оптовом и розничном предприятии).
40. Факторы, влияющие на закупочную работу торгового предприятия и её эффективность (на оптовом предприятии, в розничной торговле).
41. Операции по организации оптовой продажи товаров и оценка их эффективности.

42. Операции по изучению источников поставок товаров в розничную сеть, их изучение и выбор.
43. Франчайзинг в торговле и перспективы его развития.
44. Формирование и размещение торговой сети на территории города.
45. Современные форматы магазинов их характеристика и организации работы.
46. Торговые центры и перспективы их развития.

7.1. Основная литература:

1. Международное торговое дело: Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России; Под ред. проф. О.И. Дегтяревой - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 608 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9776-0211-2, 200 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=252708>
2. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01418-5, 2000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=317391>
3. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0498-5, 1000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=254003>

7.2. Дополнительная литература:

1. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями: Учебное пособие / В.П. Чеглов. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2012. - 288 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0232-9, 1000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=256809>
2. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2011. - 159 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0152-0, 500 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=252451>
3. Организация и проектирование предприятий торговли: учебное пособие / Н.В. Коник. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - 304 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). (переплет) ISBN 978-5-98281-177-6, 2000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=169007>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Интернет-портал о розничной торговле - - <http://ruretail.ru/>
Информационный портал о розничной торговле - <http://www.new-retail.ru/>
Союз независимых сетей России - - <http://russretail.info/>
Федеральная служба государственной статистики - gks.ru
Энциклопедия маркетинга - - <http://www.marketing.spb.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент предприятий торговли" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

1

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент организации .

Автор(ы):

Шарафутдинова Н.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.