

Регламент
балльно-рейтинговой оценки по дисциплине
по дисциплине
Менеджмент предприятий торговли
Направление подготовки, профиль Менеджмент организации
Учебный год 2017/2018
Курс 3

Форма контроля (текущего и промежуточного)	Количество баллов, которое можно получить за данную форму контроля в соответствии с балльно- рейтинговой системой
Контрольная работа №1	10
Контрольная работа №2	10
Ответы на семинаре	15
Домашние задания	15
	50
Экзамен/зачет	50

Преподаватель

Зав. кафедрой



Н.С.Шарафутдинова

Н.В. Каленская

Содержание основных форм текущего контроля

по дисциплине

Менеджмент предприятий торговли

Направление подготовки, профиль Менеджмент организации

Учебный год 2017/2018

Курс 3

В качестве оценочных средств, для текущего контроля успеваемости используются вопросы в устной форме, контрольные работы, ответы на семинаре и индивидуальные задания.

Примерные вопросы для устного опроса на семинаре по теме : Роль государства в управлении торговой организации

1 Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.

2.Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном, региональном и местном уровнях управления: их задачи, функции и направления деятельности.

3.Механизм регулирования внутренней оптовой и розничной торговли: методы и инструментарий. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса в торговле.

4.Роль и задачи органов местного самоуправления в регулировании торговой деятельности.

5.Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

Примерные вопросы контрольной работы.

1.Особенности развития потребительского рынка товаров и услуг в рыночных условиях.

2.Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.

3.Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном и региональном уровнях управления.

4.Задачи, функции, ответственность органов регулирования торговли. 5.Механизм, методы и инструментарий государственного регулирования внутренней торговли.

6.Законодательные и нормативные акты, регулирующие организацию и развитие торговли.

Индивидуальное задание для текущего контроля успеваемости студентов.

1.Дайте характеристику основным методам управления. Каким образом руководитель должен сочетать данные методы управления. Приведите примеры.

Таблица 1 - Методы управления

Методы управления	Характеристика метода
экономические	
Социально-психологические	
Организационно-распорядительные	

2. Перечислите стратегии развития торговой организации. дайте характеристику. Приведите примеры. Заполните таблицу 2

Таблица 2 - Характеристика стратегий развития торговых организаций

Тип стратегии	Характеристика	Условия использования

Темы рефератов

1. Роль и функции оптовой торговли в развитии и укреплении хозяйственных связей на внутреннем рынке страны.
2. Государственное регулирование потребительского рынка товаров и услуг: цели, задачи и механизм.
3. Развитие малого предпринимательства в торговле и его роль в обслуживании населения.
4. Государственная поддержка малого предпринимательства в торговле.
5. Принципы организации и управления оптовой торговой организацией.
6. Независимые распределительные центры и их роль в товароснабжении розничной торговой сети.
7. Мелкооптовые магазины-склады самообслуживания и их роль в товароснабжении предприятий малого бизнеса.
8. Внутрифирменные интеграционные процессы в оптовой торговле.
9. Размещение торговой организации: принципы и методы оптимизации.
10. Особенности управления ритейловыми сетями.
11. Особенности управления распределительными центрами в деятельности розничной торговой фирмы.
12. Формирование товарного ассортимента розничной организации и его оптимизация.
13. Управление товароснабжением розничной организации.
14. Создание организационно-технологических и социально-психологических условий для продажи товаров.
15. Стимулирование торгового персонала розничной организации с целью

увеличения объема продаж.

16. Управление продажами в розничной торговле.
17. Экономические методы стимулирования продажи и оценка целесообразности их использования.
18. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса.
19. Управление оперативными процессами в розничных организациях.
20. Особенности управления торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли.
21. Оценка эффективности рекламы.
22. Управление созданием и продвижением брендов.
23. Управление рекламной деятельностью в розничной торговле.
24. Управление продвижением товаров на потребительский рынок в целях активизации процесса.
25. Мерчендайзинг как управленческое решение по стимулированию продаж.
26. Рекламные методы продвижения товаров, используемые в розничной торговле.

Преподаватель
Зав. кафедрой



Н.С. Шарафутдинова
Н.В. Каленская

Вопросы к экзамену

по дисциплине
Менеджмент предприятий торговли
Направление подготовки, профиль Менеджмент организации
Учебный год 2017/2018
Курс 3

1. Сущность, понятие управление торговой организацией
2. Государственное регулирование торговли.
3. Закон о защите прав потребителей
4. Организационная структура управления торговой организацией
5. Мотивация и стимулирование труда в менеджменте торговой организации
6. Контроль в системе торгового менеджмента
7. Управление рабочим временем
8. Управление персоналом в торговой организации
9. Информация и коммуникации в процессе управления
10. Руководство и лидерство в менеджменте

11. Принятие управленческих решений
12. Современные тенденции развития внутренней торговли в РФ.
13. Административные методы регулирования развития торговли Экономические методы и механизм регулирования развития торговли.
14. Построение оптовой торговой сети и роль ее функциональных структур в развитии хозяйственных связей.
15. Виды оптовых торговых организаций (предприятий) и их роль в товароснабжении потребителей.
16. Роль и виды торговых посредников в формировании хозяйственных связей.
17. Критерии выбора торгового посредника при решении вопросов продвижения товаров.
18. Особенности формирования ассортимента торгового предприятия и факторы, определяющие его структуру.
19. Роль товарных запасов в управлении ассортиментом.
20. Выбор каналов товародвижения
21. Управление закупкой и поставкой товаров с учетом особенностей клиентской базы.
22. Организационные формы и методы продажи товаров, их классификация, технология и эффективность.
23. Роль складов в каналах товародвижения, их виды и функции.
24. Особенности управления ритейловыми сетями.
25. Управление технологическим процессом в магазинах разных форматов.
26. Ассортиментная политика
27. Стимулирование продаж посредством принципов мерчендайзинга.
28. Мерчендайзинг как один из методов стимулирования продаж товаров.
29. Формы и методы активизации продвижения товаров на потребительский рынок.
30. Содержательные теории мотивации
31. Информационная система торговой организации

Преподаватель

Зав. кафедрой



Н.С. Шарафутдинова

Н.В. Каленская