

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.06 «Хозяйственная деятельность торговых сетей»
Направление подготовки
38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр)
Направленность (профиль) программы:
«Стратегии и инновации в коммерции»

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

1. Место дисциплины в структуре ООП.

Учебная дисциплина «Хозяйственная деятельность торговых сетей» относится к базовой части учебного плана по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины.

Цель дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Хозяйственная деятельность торговых сетей» является усвоение теоретических знаний в области хозяйственной деятельности торговых сетей, овладение магистрантами умений и навыков организации и регулирования коммерческой деятельности оптовых и розничных торговых сетей, функционирующих во внутренней торговле Российской Федерации, направленных на формирование требуемых компетенций.

Учебные задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- изучение основных понятий и определений в области хозяйственной деятельности торговых сетей;
- изучение объектов и предмета хозяйственной деятельности торговых сетей;
- изучение концептуального подхода в области коммерческой деятельности оптовых и розничных сетей в торговле;
- изучение методов анализа хозяйственной деятельности торговых сетей и овладение способностью их применения на практике;
- анализ организации и управления хозяйственной деятельностью торговых сетей.

Дисциплина «Хозяйственная деятельность торговых сетей» основывается на знании следующих дисциплин: «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности», «Современные технологии управления» и «Региональная стратегия торговли».

Для успешного освоения дисциплины «Хозяйственная деятельность торговых сетей», магистрант должен:

Знать:

- методы поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности профессиональной коммерческой деятельности;
- методы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- методы исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка и бизнес технологий;

– прогрессивные направления развития профессиональной деятельности в области коммерции.

Уметь:

- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- выявлять и оценивать риски в коммерческой деятельности;
- разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий в коммерческой деятельности;
- выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров.

Владеть:

- способностью руководить коллективом торговой деятельности;
- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов;
- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ.

Изучение дисциплины «Хозяйственная деятельность торговых сетей» необходимо магистрантам для подготовки к Итоговой государственной аттестации.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-4 -готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

В результате освоения компетенций ОПК – 4 магистрант должен:

- 1. Знать:** содержание и классификацию коммерческих рисков, факторы их определяющие.
- 2. Уметь:** выявлять риски, влияющие на результаты коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
- 3. Владеть:** методами анализа и оценки коммерческих рисков в сфере оптовой торговли

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: организационно-управленческая

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).

В результате освоения компетенции ПК-4 магистрант должен:

- 1. Знать:** - этапы разработки и внедрения стратегии многофилиального торгового предприятия; - структуру внутренней среды предприятий сетевой торговли.
- 2. Уметь:** - анализировать бизнес-среду многофилиальных торговых организаций; - контролировать реализацию стратегии развития многофилиальной торговой организации.
- 3. Владеть:** - способностью сопоставлять параметры внешней деловой среды и внутренней деловой среды; - способностью оценки эффективности хозяйственной деятельности торговых сетей.

3. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий).

Тема 1. Состояние и развитие сетевой розничной торговли в России и мире.

Законы и предпосылки возникновения сетевой розничной торговли, законы самоорганизации компаний в условиях рынка. Основные термины и определения в области осуществления хозяйственной деятельности торговых сетей. Торговые предприятия западного типа: супермаркеты, гипермаркеты, моллы. Предпосылки возникновения и тенденции развития сетевой розничной торговли. История возникновения розничной сетевой торговли в России. Ведущие федеральные сети России: X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Копейка»), «Магнит», «Дикси», «Виктория», «О'Кей», «Лента», «Седьмой континент», «Линия», «Монетка» и другие. Проблемы развития сетевой торговли в России. Механизм государственного регулирования процессов сетевизации розничной торговли в России.

Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Тема 2. Организация управления торговыми сетями.

Особенности управления сетевым магазином различных форматов. Методы государственного регулирования развития сетевых розничных торговых сетей. Схемы построения управления в розничных торговых сетях.

Методы управления ассортиментом в розничной торговой сети. Принципы выкладки товаров в розничных торговых сетях, характеристика получаемых сетью преимуществ. Франчайзинг как метод построения розничной торговой сети. Обратный франчайзинг. Особенности организации подготовки кадров при сетевой структуре. Фирменные стандарты сети, корпоративный стиль: цели и значение, принципы внедрения. Программы лояльности: назначение, формы проведения, методы оценки эффективности.

Цели и принципы организации производства в розничных торговых сетях.

Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Тема 3. Организация закупочной деятельности и сбыта сетевого торгового предприятия.

Принципы и формы стимулирования продаж на сетевом предприятии. Функции Распределительного Центра в торговой сети. Структура отдела закупок при сетевом принципе развития торгового предприятия. Отличительные черты централизованного и децентрализованного принципа заказа товара. Особенности управления запасами в сетевом предприятии. Организация и управление процессом продажи товаров и торгового обслуживания в розничной торговой сети.

Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Тема 4. Автоматизация торговых сетей.

Автоматизированные информационные системы. Основные сведения об автоматизации розничной сетевой торговли. Задачи, решаемые в процессе автоматизации предприятия торговли. Требования к программному обеспечению для автоматизации торгового предприятия.

Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Тема 5. Оценка эффективности хозяйственной деятельности сетевой торговой организации.

Показатели и методы оценки эффективности коммерческой деятельности торговой сети. Показатели эффективности управления розничным сетевым торговым предприятием. Методы ценообразования, используемые розничными торговыми сетями. Понятие аутсорсинга, направления его использования сетевыми структурами,

преимущества получаемые предприятием при наличии услуг по договору аутсорсинга. Конкурентоспособность торговых сетей на региональном рынке.

Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Тема 6. Маркетинговая стратегия сетевого торгового предприятия.

Стратегический маркетинг в сетевой структуре. Разработка маркетинговой стратегии торговой сети и методы ее оценки. Организация планирования в розничных торговых сетях (на уровне центрального офиса и магазина). Жизненный цикл розничной торговой сети: особенности организации и управления. Способы организации товародвижения в розничных торговых сетях. Инновации в технологии ритейла, определившие развитие розничной сетевой торговли.

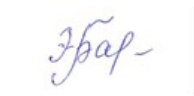
Формируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4

Объем дисциплины: 108 часов / 3 з.е.

Формы промежуточного контроля: 2 семестр – зачет, 3 семестр – экзамен.

Семестры: 2, 3.

Разработчик:



кандидат медицинских наук, доцент кафедры
Торгового дела и информационных технологий, Бармина Э.Э.