Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.11 *«Менеджмент торговой организации»*

Направление подготовки

*38.03.02 «Менеджмент»*

Профиль: Менеджмент организации торговли

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.02 «Менеджмент»*

Дисциплина «Менеджмент торговой организации» входит в вариативную часть дисциплин учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин:

Деловые коммуникации

Менеджмент организации

Методы принятия управленческих решений Стратегический менеджмент Управление человеческими ресурсами

Государственное регулирование торговой деятельности

Основы корпоративного управления

Изучение дисциплины необходимо для формирования у студентов системы знаний в области менеджмента торговой организации и их дальнейшего использования в практической деятельности:

Практикум - Моделирование развития предприятия торговли Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Преддипломная практика

## Цель дисциплины

Цельизучения дисциплины «Менеджмент торговой организации»: приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении торговыми организациями с учетом специфики оптовой и розничной торговли.

## Учебные задачи дисциплины

Основными задачами изучения курса в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, являются:

1. изучить организационные основы функционирования оптовых и розничных торговых организаций как объектов управления с учетом их места и роли на потребительском рынке товаров и услуг, особенностей их внешней и внутренней среды;
2. выявить особенности формирования основных направлений деятельности торговой организации, управления товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т.д.
3. развить практические навыки анализа направлений деятельности торговой организации, оценки ее результатов и оптимизации для повышения эффективности и конкурентоспособности.

Для успешного освоения дисциплины «Менеджмент торговой организации», студент должен:

1. **Знать:** методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; основные теории мотивации, лидерства и власти; основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации; стратегии управления человеческими ресурсами организаций.
2. **Уметь:** работать в коллективе; вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного; находить организационно-управленческие решения; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
3. **Владеть** навыками: использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**Общекультурных компетенций:**

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.

**Общепрофессиональных**:

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

ОПК-3 - способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

**Профессиональных:**

ПК-1 - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

ПК-14 - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета;

ПК-15 - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

ПК-17 - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

**Содержание разделов дисциплины**

**Раздел 1. Концептуальные основы управления торговлей**

Роль торговли в формировании потребительского рынка. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Проблемы торгового обслуживания населения и современные направления их решения. Развитие среднего и малого бизнеса в новых экономических условиях и его роль в организации торгового обслуживания населения. Мировые тенденции в развитии оптовой и розничной торговли.

Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения. Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном, региональном и местном уровнях управления: их задачи, функции и направления деятельности. Механизм регулирования внутренней оптовой и розничной торговли: методы и инструментарий. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса в торговле. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

*Формируемые компетенции: ОК-3; ПК-15; ПК-17;*

**Раздел 2. Менеджмент оптовой торговой организации**

Организационные формы оптовой торговли. Роль оптовой торговой организации, коммерческих посредников и организаторов оптового оборота; их взаимодействие на рынке оптовых услуг. Функции оптовых организаций и их роль в организации товароснабжения розничной торговой сети. Оптовые торговые организации и принципы управления их деятельностью. Методы управления и оценка их эффективности. Виды коммерческо-посреднических структур на рынке оптовых услуг, принципы организации и управления их деятельностью. Организаторы оптового оборота и их роль в формировании хозяйственных связей на рынке товаров и услуг. Особенности управления ассортиментом оптовой торговой организации. Анализ состояния ассортимента, планирование ассортимента, организация контроля состояния ассортимента, его обновление и балансировка. Методы оценки конкурентоспособности и рентабельности ассортимента. Организация и управление оптовой закупкой и поставкой товаров. Организация и управление товародвижением и оптовой продажей (сбытом) товаров. Формирование складской сети торговой организации. Управление процессом технического оснащения складского хозяйства. Управление складским технологическим процессом. Критерии оценки и методика расчета эффективности технологических решений.

*Формируемые компетенции: ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-17; ПК-14; ПК-15.*

**Раздел 3. Менеджмент розничной торговой организации**

Структура розничной торговой сети, ее роль и место в торговом обслуживании населения. Классификация розничной торговой сети. Интеграционные процессы в розничной торговле. Организационная структура розничных сетей. Современные направления развития розничной торговой сети. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети. Торговая политика и формирование конкурентоспособной ассортиментной модели. Управление товарными запасами в розничной торговой организации. Формирование эффективной системы товародвижения в розничной торговой организации. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса в розничных организациях. Управление торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли. Материально-техническая база розничной торговой сети: ее виды и структура. Управление товарными и покупательскими потоками. Формы и методы активизации продвижения товаров в розничной торговой организации. Экономические и социально-психологические методы стимулирование торгового персонала. Коммуникационная политика в организациях (предприятиях) торговли.

*Формируемые компетенции: ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-17; ПК-14; ПК-15.*

**Объем дисциплины 8 з.е./288 часа, контактные часы 102, в том числе аудиторных часов 98: 42 часов лекций, 56 часа практических и семинарских занятий, 4 часа электронное обучение.**

**Форма промежуточного контроля: 6 сем. – зачет с оценкой; 7 сем - экзамен.**

**Семестр – 6, 7.**

Разработчик: к.э.н, доцент кафедры менеджмента и права О.И. Агеева