

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
*Экономики труда и основ управления*



А.А. Федченко

29.04.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.11 Управление торговым предприятием**

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.03.01 Экономика
- 2. Профиль подготовки:** коммерция
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра экономики труда и основ управления
- 6. Составители программы:** Кравец Максим Александрович, д.э.н., доцент
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета, 16.04.20 протокол №4
- 8. Учебный год:** 2020/2021 **Семестр(ы):** 8

### 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью изучения курса «Управление торговым предприятием» является приобретение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в управлении торговыми организациями.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- формирование у обучающихся целостного представления о составе и структуре органов управления торгового предприятия;
- овладение знаниями и навыками управления ассортиментом торгового предприятия;
- овладение знаниями и навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров.

### 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: блок Б1, вариативная часть.

Требуемые для изучения дисциплины знания, умения и навыки получены студентами при изучении дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Менеджмент», «Мерчендайзинг», «Организация и технология торговой деятельности».

### 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-4	Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	<p>знать: форматы розничной торговли, особенности управления их деятельностью; организационные основы управления торговыми предприятиями, составляющие элементы; технологии торгово-технологических процессов</p> <p>уметь: моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых организаций; обеспечивать качественное обслуживание покупателей</p> <p>владеть: навыками управления торгово-технологическим процессом и качеством торговых услуг; навыками использования нормативных документов в своей профессиональной деятельности</p>
ПК-5	Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	<p>знать: нормативные документы и требования нормативных документов к структурно-элементному построению торговли, организации торгово-технологических процессов, продаже товаров и обслуживанию покупателей</p> <p>уметь: рассчитывать экономическую эффективность функционирования материально-технической базы розничной торговли</p> <p>владеть: навыками выполнения расчетов при разработке проектов организации торгово-технологических процессов</p>

## 12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 4/144.

### Форма промежуточной аттестации экзамен

## 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		8 семестр	№ семестра	...
Аудиторные занятия	52	52		
в том числе:	лекции	26	26	
	практические	26	26	
	лабораторные			
Самостоятельная работа	56	56		
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации: экзамен	36	36		
Итого:	144	144		

### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития	Сущность, функции торгового предприятия. Классификация торговых предприятий. Процессы горизонтальной и вертикальной интеграции в торговле. Торговые сети и их преимущества. Интеграция розничных предприятий с изготовителями. Интеграция розничных и оптовых предприятий. Торговые центры. Классификация торговых центров.
1.2	Сущность, задачи и функции торгового менеджмента	Цель и задачи торгового менеджмента. Функции торгового менеджмента. Стратегия торгового предприятия. Организационная структура торгового предприятия. Мотивация торгового персонала.
1.3	Управление ассортиментом	Основные направления ассортиментной политики торгового предприятия. Формирование ассортимента торговых предприятий.
1.4	Основы мерчандайзинга и устройство магазина	Цели и задачи мерчандайзинга. Принципы и методы мерчандайзинга. Организация мерчандайзинга. Категорийный мерчандайзинг. Варианты выкладки товаров. Сегментация площади торгового зала. Внутренняя планировка магазина.
1.5	Оперативные процессы в магазине	Понятие торговых и технологических процессов. Принципы организации оперативных процессов. Приемка товаров. Хранение и подготовка товаров к продаже. Формы и этапы продажи товаров. Правила розничной торговли.
1.6	Технологический процесс на складе	Содержание технологического процесса на складе. Поступление и приемка товаров на склад. Хранение товаров на складе. Индексация, способы укладки товаров. Отпуск товаров со склада. Техно-экономические показатели работы склада.
1.7	Организация тарного хозяйства и перевозок грузов	Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе. Классификация и характеристика основных видов тары. Унификация, стандартизация и качество тары. Организация тарного хозяйства в торговле. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств. Организация перевозок грузов.
<b>2. Практические занятия</b>		
2.1	Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития	Сущность, функции торгового предприятия. Классификация торговых предприятий. Процессы горизонтальной и вертикальной интеграции в торговле.

		Торговые сети и их преимущества. Интеграция розничных предприятий с изготовителями. Интеграция розничных и оптовых предприятий. Торговые центры. Классификация торговых центров.
2.2	Сущность, задачи и функции торгового менеджмента	Цель и задачи торгового менеджмента. Функции торгового менеджмента. Стратегия торгового предприятия. Организационная структура торгового предприятия. Мотивация торгового персонала.
2.3	Управление ассортиментом	Основные направления ассортиментной политики торгового предприятия. Формирование ассортимента торговых предприятий.
2.4	Основы мерчандайзинга и устройство магазина	Цели и задачи мерчандайзинга. Принципы и методы мерчандайзинга. Организация мерчандайзинга. Категорийный мерчандайзинг. Варианты выкладки товаров. Сегментация площади торгового зала. Внутренняя планировка магазина.
2.5	Оперативные процессы в магазине	Понятие торговых и технологических процессов. Принципы организации оперативных процессов. Приемка товаров. Хранение и подготовка товаров к продаже. Формы и этапы продажи товаров. Правила розничной торговли.
2.6	Технологический процесс на складе	Содержание технологического процесса на складе. Поступление и приемка товаров на склад. Хранение товаров на складе. Индексация, способы укладки товаров. Отпуск товаров со склада. Техно-экономические показатели работы склада.
2.7	Организация тарного хозяйства и перевозок грузов	Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе. Классификация и характеристика основных видов тары. Унификация, стандартизация и качество тары. Организация тарного хозяйства в торговле. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств. Организация перевозок грузов.

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1.	Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития	4	4		4	12
2.	Сущность, задачи и функции торгового менеджмента	4	4		8	16
3.	Управление ассортиментом	4	4		8	16
4.	Основы мерчандайзинга и устройство магазина	4	4		8	16
5.	Оперативные процессы в магазине	4	4		8	16
6.	Технологический процесс на складе	2	2		8	12
7.	Организация тарного хозяйства и перевозок грузов	4	4		12	20
	Итого:	26	26		56	108

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся.

В процессе лекций обучающимся рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы формулируются кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

В ходе подготовки к практическим занятиям обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях.

Готовясь к докладу, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Не допускается выступление по первоисточнику - необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Также обучающийся должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Прежде чем приступать к выполнению практических заданий, обучающемуся необходимо ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса; получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы; получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты. При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

## 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц .— 12-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и К°, 2018 .— 456 с. — <URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495756">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495756</a> >.
2.	Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. – 2-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 400 с. : ил. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495757">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495757</a>
3.	Кент Т. Розничная торговля : учебник / Т. Кент, О. Омар .— Москва : Юнити, 2015 .— 719 с.— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117685">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117685</a> >.
4.	Максимец Н.В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие / Н.В. Максимец ; Поволжский государственный технологический университет .— Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017 .— 100 с.— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483700">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483700</a> >.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5.	Новаков, А. А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы : практическое пособие / А. А. Новаков. – Москва : Инфра-Инженерия, 2013. – 464 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=144679">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=144679</a>
6.	Киселица Е. П. Мерчендайзинг : учебное пособие / Е.П. Киселица ; Тюменский государственный университет .— Тюмень : Тюменский государственный университет, 2013 .— 152 с. : — ил. <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572785">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572785</a> >.
7.	Титова Н. А. Формирование и оценка конкурентоспособности предприятия розничной торговли : учебное пособие / Н. А. Титова, В. В. Колочева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. – 100 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228911">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228911</a>
8.	Шредер К. Специализированный магазин: как построить прибыльный бизнес в розничной торговле / К. Шредер ; ред. Е. Малыгина, Н. Казакова ; пер. с англ. Т. Овсеновой. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 431 с.— URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=81788">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=81788</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

Дисциплина в электронном университете ВГУ: <https://edu.vsu.ru/>

№ п/п	Ресурс
1.	<a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a>
2.	<a href="http://www.lib.vsu.ru">http://www.lib.vsu.ru</a>
3.	<a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
4.	<a href="http://www.e-library.ru">http://www.e-library.ru</a>
5.	<a href="http://www.ibooks.ru">http://www.ibooks.ru</a>

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Основы розничной торговли : учебное пособие / сост. Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, Е. Ю. Лобач ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 98 с.– URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600236">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600236</a>
2.	Чумаков А. И. Организация, технология и проектирование торговых предприятий : учебное пособие / А. И. Чумаков, Е. А. Кипервар ; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 83 с.:– URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493279">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493279</a>

## 17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория: специализированная мебель

## 19. Фонд оценочных средств:

### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС (средства оценивания)
ОПК-4.Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	знать: форматы розничной торговли, особенности управления их деятельностью; организационные основы управления торговыми предприятиями, составляющие элементы; технологии торговых-технологических процессов	1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития 2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента 3. Управление ассортиментом 4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина 5. Оперативные процессы в магазине 6. Технологический процесс на складе 7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов	Практическое задание, доклад, круглый стол

	<p>уметь: моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых организаций; обеспечивать качественное обслуживание покупателей</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития</li> <li>2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента</li> <li>3. Управление ассортиментом</li> <li>4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина</li> <li>5. Оперативные процессы в магазине</li> <li>6. Технологический процесс на складе</li> <li>7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов</li> </ol>	<p>Практическое задание, доклад, круглый стол</p>
	<p>владеть: навыками управления торгово-технологическим процессом и качеством торговых услуг; навыками использования нормативных документов в своей профессиональной деятельности</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития</li> <li>2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента</li> <li>3. Управление ассортиментом</li> <li>4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина</li> <li>5. Оперативные процессы в магазине</li> <li>6. Технологический процесс на складе</li> <li>7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов</li> </ol>	<p>Практическое задание, доклад, круглый стол</p>
<p>ПК-5. Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p>	<p>знать: нормативные документы и требования нормативных документов к структурно-элементному построению торговли, организации торгово-технологических процессов, продаже товаров и обслуживанию покупателей</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития</li> <li>2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента</li> <li>3. Управление ассортиментом</li> <li>4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина</li> <li>5. Оперативные процессы в магазине</li> <li>6. Технологический процесс на складе</li> <li>7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов</li> </ol>	<p>Практическое задание, доклад, круглый стол</p>
	<p>уметь: рассчитывать экономическую эффективность функционирования материально-технической базы розничной торговли</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития</li> <li>2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента</li> <li>3. Управление ассортиментом</li> <li>4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина</li> <li>5. Оперативные процессы в магазине</li> <li>6. Технологический процесс на складе</li> <li>7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов</li> </ol>	<p>Практическое задание, доклад, круглый стол</p>

	владеть: навыками выполнения расчетов при разработке проектов организации торгово-технологических процессов	1. Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития 2. Сущность, задачи и функции торгового менеджмента 3. Управление ассортиментом 4. Основы мерчандайзинга и устройство магазина 5. Оперативные процессы в магазине 6. Технологический процесс на складе. 7. Организация тарного хозяйства и перевозок грузов	Практическое задание, доклад, круглый стол
<b>Промежуточная аттестация</b>			КИМ

## 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение использовать теоретические знания торгово-технологических процессов, функций и методов торгового менеджмента для решения практических задач в области управления торговым предприятием;
- 5) владение навыками анализа проблем в области управления торговыми предприятиями.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям. Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических заданий.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Недостаточно продемонстрировано владение понятийным аппаратом, допускает ошибки при решении практических заданий.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания понятийного аппарата, имеет не полное представление об управлении торговым предприятием, допускает существенные ошибки при решении практических заданий.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен решать практические задания.	–	<i>Неудовлетворительно</i>



### 19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### 19.3.1 Перечень вопросов к экзамену

1. Торговое предприятие: понятие, сущность, виды.
2. Предприятия оптовой торговли.
3. Предприятия розничной торговли.
4. Внемагазинные формы продажи товаров.
5. Горизонтальная интеграция в торговле.
6. Вертикальная интеграция в торговле.
7. Торговые сети: понятие, сущность, виды
8. Торговые центры: виды, тенденции развития.
9. Выбор места расположения розничного торгового предприятия.
10. Задачи и функции торгового менеджмента.
11. Стратегия торгового предприятия.
12. Организационная структура торгового предприятия.
13. Мотивация торгового персонала.
14. Ассортиментная политика торгового предприятия.
15. Формирование ассортимента торгового предприятия.
16. Содержание торгово-технологических процессов в магазине.
17. Состав, расположение и взаимосвязь помещений магазина.
18. Технологическая планировка торгового зала.
19. Мерчандайзинг: определение, цели и задачи
20. Принципы и методы мерчандайзинга.
21. Организация мерчандайзинга.
22. Приемка, хранение и подготовка товаров к продаже в магазине.
23. Организация и технология розничной продажи товаров.
24. Услуги розничной торговли.
25. Организация расчетов с покупателями.
26. Организация и технология приемки товаров на складе.
27. Технология размещения, укладки и хранения товаров.
28. Организация и технология отпуска товаров со склада.
29. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе.
30. Классификация и характеристика основных видов тары.
31. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств.
32. Организация перевозок грузов.

#### Пример контрольно-измерительного материала

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой экономики труда и основ управления  
Федченко А.А.  
\_\_ . \_\_ . 20 \_\_ г.

Направление подготовки 38.03.01 Экономика  
Дисциплина Б1.В.11 Управление торговым предприятием  
Курс 4  
Форма обучения Очная  
Вид аттестации Промежуточная  
Вид контроля Экзамен

#### Контрольно-измерительный материал № 1

1. Торговое предприятие: понятие, сущность, виды.
2. Состав, расположение и взаимосвязь помещений магазина.
3. Практическое задание. В магазине электротоваров сейчас насчитывается 3500 наименований товаров. Полный перечень изделий, указанных в каталоге, составляет 5000 товаров. Рассчитайте коэффициент широты ассортимента магазина электротоваров.

### 19.3.2 Перечень практических заданий

Практические задания по теме «Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития»

1. Заполните таблицу, укажите отличительные признаки предприятий торговли:

Тип предприятия	Вид торговли	Площадь торгового объекта	Отличительные особенности типа предприятия
Супермаркет			
Гастроном			
Специализированный общетоварный склад			
Магазин «Книги»			
Магазин товаров повседневного спроса			
Магазин «Продукты»			
Торговый дом			
Стоковый магазин			

2. Продолжите фразы:

- 1) К внемагазинным формам торговли относятся:
- 2) Примерами торговых сетей являются:
- 3) Стационарная торговая сеть представлена следующими видами торговых предприятий:
- 4) Развозная торговля осуществляется с помощью следующих средств:

Практические задания по теме «Сущность, задачи и функции торгового менеджмента»

1. Проанализируйте стратегию малого торгового предприятия. Дайте типизацию стратегии предприятия. Предложите рекомендации по стратегическому развитию: расширению ассортимента; открытию новых точек и пр.

Воронежская сеть салонов сотовой связи («ВСССС») является молодым малым предприятием, которое осуществляет продажу сотовых телефонов, смартфонов, аксессуаров, сим-карт. Предприятие открыло два магазина на рынке «Остужевский» и «Соборный». Месторасположение салонов было выбрано не случайно, здесь учитывается два ключевых фактора: во-первых, большой поток посетителей, формируемых за счет рынков; во-вторых, невысоким уровнем арендной платы за павильон, в сравнении с местами в супермаркетах.

Выбор места соответствует стратегии предприятия. Стратегия предприятия является сфокусированной стратегией, что является наилучшим выбором для небольшой региональной сети. Предприятие фокусируется на двух типах клиентов, которые иногда совершают совместные покупки: во-первых, это пенсионеры, которые не предъявляют требования к известности бренда, а ориентированы на цену и удобство использования (большие кнопки, простота в использовании); во-вторых, это детские телефоны, также небрендированные, но красочного оформления. Обе категории рассматриваются в низкоценовом сегменте, что соответствует продаваемым моделям телефонов.

Компания является официальными дилерами операторов сотовой связи и зарекомендовала себя как надежный партнер. В своей работе менеджмент «ВСССС» руководствуется принципами прибыльности, предсказуемости и прогнозируемости. В салонах сети клиенты могут воспользоваться услугами по абонентскому обслуживанию, которые оказываются в офисах продаж операторов: блокировка и замена сим-карты, заказ детализации счета, корректировка ошибочного платежа или замена номера. Возможность осуществления абонентских процедур в салонах предоставлена партнерами-операторами сотовой связи.

Численность сотрудников «ВСССС» пока невелика, в компании работает всего 7 человек. Что позволяет отнести его к категории микропредприятия, т.е. предприятия, на котором работает менее 15 работников, а годовая выручка не превышает 60 млн. рублей.

В рамках такого небольшого размера сети трудно получать сетевые выгоды, руководству приходится экономить на затратах связанных с управлением и рекламными мероприятиями.

Управление «ВСССС» осуществляется в рамках простой линейной структуры, в которой руководитель выполняет почти все функции управления единолично.



Рисунок – Организационная структура

Конкурентоспособность сети во многом определяется качеством обслуживания клиентов, что достигается качественной работой продавцов-консультантов, которые обладают не только хорошим знанием продукции, но и имеют высокий уровень навыков продаж. Предприятие характеризуется стабильностью кадрового состава.

Кризисные явления несколько отразились на финансовых показателях «ВСССС». Хотя объем продаж не снизился, тем не менее рентабельность бизнеса начала уменьшаться, что видно из данных таблицы. Снижение рентабельности бизнеса определяется сразу рядом факторов. Во-первых, повышением курса доллара, что привело к удорожанию закупочных цен. Во-вторых, обострением конкуренции за долю рынка, которая приводит к ценовой борьбе между конкурентами.

Таблица – Финансовые показатели

Показатель	Первый год	Второй год	Третий год
Выручка, руб.	17 500 000	18 000 000	18 000 000
Рентабельность продаж	28 %	28 %	26 %

Магазины сети оформлены в едином фирменном стиле: преобладающим цветом выбран синий цвет, который в соответствии со световым решением позитивно влияет на клиентов; разработан логотип фирмы. Некоторым недостатком оформления магазинов сети можно считать недостаточное использование современного светового оборудования. Сегодня ритейлеры озадачиваются тем, как сделать свет составляющей своего бренда, активным участником процесса продаж. Очевидно, что приходя за покупками, покупатель не обратит внимания на то, какие светильники подсвечивают товар и как они расположены. Однако освещение магазина, подсветка товара влияют как на сиюминутное решение совершить покупку, так и на то, придет ли покупатель в этот магазин в следующий раз.

Компания не имеет пока доступа на непосредственных производителей сотовых телефонов, вынуждена закупать продукцию у дилеров. Все поставщики имеют безупречную репутацию, четко исполняют договорные обязательства, всегда имеют широкий ассортимент сотовых телефонов.

К ключевому процессу управления сети салонов относится управление ассортиментом, который является определенной совокупностью, перечнем товаров различных видов. Руководство «ВСССС» старается поддерживать на предприятии товарный ассортимент в соответствии с рыночными требованиями должен носить оптимальный характер.

Принципиальное решение о выборе брендов для продажи в салонах не меняется уже в течение трех лет – это группа низкоценового сегмента. Однако сеть не занимается продажей небрендовой китайской техники.

Ассортимент формируется для двух групп покупателей: пенсионеров и подростков. Анализ продаж позволяет руководству торгового предприятия определять модели, которые будут играть основную роль в продажах. При этом руководство закупает и новые модели, используя отзывы покупателей московского региона, где модели представляются немного раньше, чем в целом по России; изучая внешний вид и характеристики моделей, в которых делается ставка на частичное копирование внешнего вида известных брендов; а также формируя самостоятельный экспертный прогноз.

Ассортимент товаров «ВСССС» постоянно обновляется в связи с научно-техническим прогрессом, появлением новых материалов, прогрессивных технологий, изменениями рыночной конъюнктуры, усилением конкуренции на рынке, повышением или понижением платежеспособности потребителей.

В сети салонов сотовой связи применяется продажа товаров с закрытой выкладкой. Такой подход гарантирует сохранность устройств. Однако многие сети сейчас переходят к открытой выкладке, что увеличивает продажи товаров, поскольку покупатели в таком случае имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные товары. Функции продавцов-консультантов сводятся к консультированию покупателей, упаковке и отпуску отобранных ими товаров.

Принимаемое решение о развитии сети должно учитывать отраслевые тенденции, действия конкурентов. Никто из экспертов рынка не дает прогнозов по сокращению рынка, однако замедление темпов роста прогнозирую все.

Поскольку «ВСССС» придерживается сфокусированной стратегии, то необходимо рассмотреть специфику клиента компании и дальнейший сравнительный анализ проводить по категориям важным для данного клиента. Так, молодежная аудитория выделила три ключевых фактора: дизайн, камера и цена, остальные факторы имеют малое влияние при совершении покупки. Более возрастная аудитория выделила другие приоритеты, кроме ценового фактора. Здесь признаны важнейшими надежность технического устройства и простота использования.

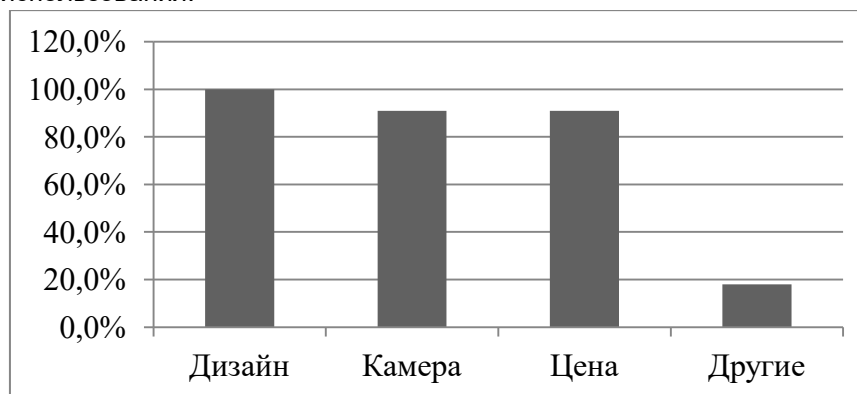


Рисунок – Выбор клиентов возраста до 18 лет

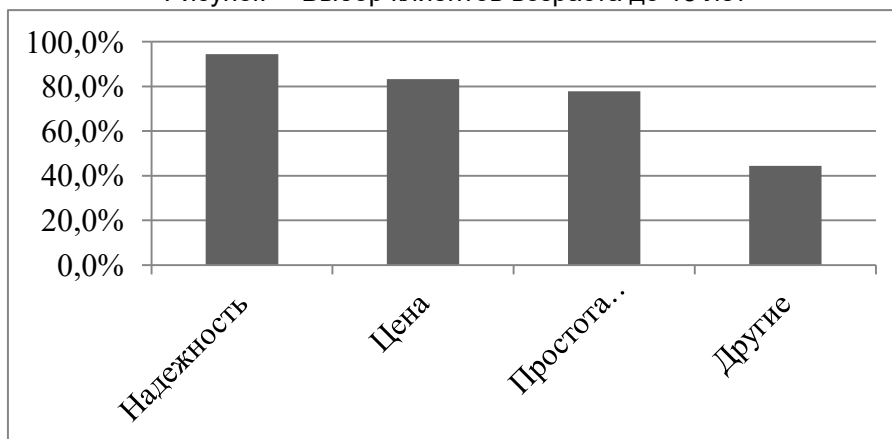
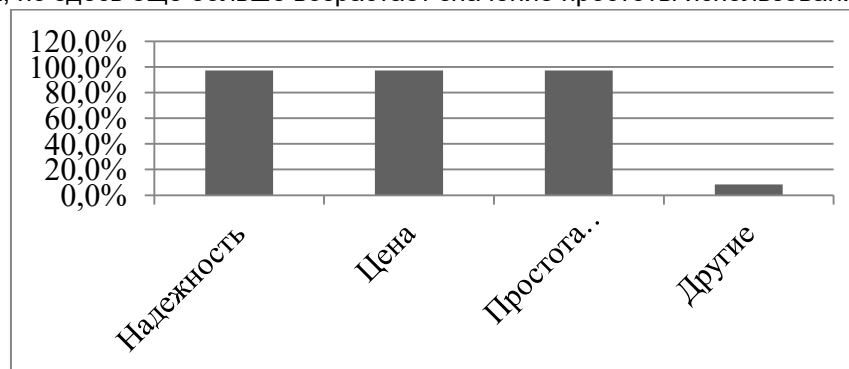


Рисунок – Выбор клиентов возраста 45 – 60 лет

Клиенты пенсионного возраста в целом придерживаются схожих критериев выбора с предыдущей группой опрошенных, но здесь еще больше возрастает значение простоты использования и цены.



Рисунок– Выбор клиентов возраста после 60 лет

Экспертная оценка конкурентоспособности сети по пятибалльной шкале.

Таблица – Конкурентоспособность «ВСССС» в сегменте молодежной группы клиентов до 18 лет

	Крупные федеральные сети	ВСССС	Воронежский конкурент 1	Воронежский конкурент 2	Единичные магазины, торгующие неизвестными марками и б/у техникой
Удобство расположения салонов	5	4	4	3,2	3
Качество	4	4	4,2	3,6	3

обслуживания					
Ключевые характеристики продукции					
Надежность	5	5	5	4	3
Цена	3,4	4,6	3,4	4,6	5
Камера	5	3,4	4	3,4	3
Итого	22,4	21	20,6	18,8	18

Таблица – Конкурентоспособность «ВСССС» в сегменте возрастной группы от 45 лет и выше

	Крупные федеральные сети	ВСССС	Воронежский конкурент 1	Воронежский конкурент 2	Единичные магазины, торгующие неизвестными марками и б/у техникой
Удобство расположения салонов	5	4	4	3,2	3
Качество обслуживания	4	4	4,2	3,6	3
Ключевые характеристики продукции					
Надежность	5	5	5	3,4	3
Цена	3,4	4,6	3,4	4,6	5
Простота использования	5	4,6	4,6	4	3
Итого	22,4	22,2	21,2	18,8	17

2. Продавец Петрова А.К. работает в отделе один год. За время работы ей удалось в достаточной мере освоить ассортимент отдела, установить доброжелательные отношения с коллективом сотрудников. По характеру спокойная, уравновешенная. К работе относится ответственно, проявляет желание работать в магазине. Однако в общении с покупателями инициативы не проявляет. Реагирует на вопросы, просьбы о помощи в выборе товара, доброжелательна, но старается свести это общение к минимуму. С большей увлеченностью занимается расстановкой товара, поддержанием чистоты и порядка в торговом зале, в связи с чем потенциальные покупатели часто остаются без внимания продавца и уходят. Задание: продумайте и составьте мотивационную беседу с сотрудником Петровой А.К. на проявление инициативы в общении с покупателями.

#### Практические задания по теме «Управление ассортиментом»

1. В спортивном магазине сейчас насчитывается 120 наименований спортивных товаров. Полный перечень изделий, указанных в спортивном каталоге, составляет 200 спортивных товаров. Рассчитайте коэффициент широты ассортимента магазина спортивных товаров.

2. Магазин реализует парфюмерные товары: духи, туалетные воды, туалетные духи и одеколоны. Духи дают наибольший вклад в выручку магазина, руководство рассматривает возможность расширения ассортимента данной группы товаров. Сейчас в торговом зале имеется 23 наименования духов, из которых 5 наименований с восточными нотами, 12 наименований со свежими нотами, 6 наименований с цветочными ароматами. Максимально возможная полнота ассортимента равна 30 наименованиям.

#### Практические задания по теме «Основы мерчандайзинга и устройство магазина»

1. Торговое предприятие осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина – 5520 кв.м, торговая – 3860 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника.

##### Задания.

1. Дайте характеристику магазина.
2. Оцените эффективность планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

##### Список оборудования в магазине

Вид оборудования	$S_i$ – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Столы – прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Столы упаковочные	1,2 * 2,8	20	-
Горки пристенные	0,8 * 1,8	94	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	11	-

2. Торговое предприятие осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая

площадь магазина – 2400 кв.м, торговая – 1100 кв.м., магазин имеет форму квадрата.

**Задания.**

1. Дайте характеристику магазина.
2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.
3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	$S_i$ – площадь единицы оборудования	Количество единиц	Количество полок в оборудовании
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Стол-прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Горки пристенные	0,9 * 1,5	104	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	7	-

#### Практические задания по теме «Оперативные процессы в магазине»

1. Вы открываете магазин вин в достаточно престижном районе города. Вы хотите поддерживать широкий ассортимент товаров, включающий и достаточно дорогие вина. Торговая площадь магазина 200 кв. м. позволяет разместить широкий ассортимент вин. В обычное время вам достаточно двух человек на кассе, в часы наибольшего числа покупок желательна работа трех кассиров. Выберите и обоснуйте один из вариантов продажи товаров и кассового обслуживания, или сформулируйте свой вариант: 1) самообслуживание покупателей без кассиров и продавцов вообще, покупатель сам выбирает товар, оплачивает его карточкой на специальном устройстве при выходе из магазина, вы лично осуществляете расстановку товаров на витрины два раза в день; 2) самообслуживание покупателей с двумя кассирами, которые обслуживают кассу и не занимаются консультированием, пополняют полки, решают возникающие проблемные ситуации, в том числе убирают магазин, если разбивается бутылка, заказывают закончившийся товар и пр.; 3) индивидуальное обслуживание с выделением зоны дорогих вин, в которой будет находиться продавец-консультант, которые в часы наибольшего потока клиентов может становиться за третью кассу, два кассира, которые обслуживают кассу и не занимаются консультированием, пополняют полки, решают возникающие проблемные ситуации, в том числе убирают магазин, если разбивается бутылка, заказывают закончившийся товар и пр.

2. Приведите примеры правильного и неправильного товарного соседства, которые вы сами наблюдали на полках магазинов.

#### Практические задания по теме «Технологический процесс на складе»

1. Компания является крупной торгово-посреднической компанией, которая занимается продажей бытовой и электронной техники. В связи с выходом на новые рынки и увеличением объема продаж, компания планирует приобрести новый склад. Рассчитайте площади складских зон, принимая во внимание, что зона хранения будет поделена на два участка: участок А – стеллажное хранение товаров группы «мелкобытовая техника», участок В – штабельное хранение товаров группы «крупная бытовая техника».

Исходные данные

Среднедневное поступление товара на склад	743 м <sup>2</sup>
Коэффициент загрузки на 1 м <sup>2</sup>	1,8
Коэффициент неравномерности поступления товаров на склад	1,36
Количество дней нахождения товаров в зоне приемки	1 день
Годовой объем отгрузки продукции	630 м <sup>2</sup>
Коэффициент неравномерности отгрузки продукции со склада	1,54
Количество дней нахождения товара в зоне комплектации	1 день
Ширина стеллажа	1,2 м
Глубина стеллажа	2,1 м
Количество стеллажей	880 шт.
Ширина погрузчика	1,35 м
Ширина зазоров между транспортными средствами и между ними и стеллажами по обе стороны проезда	20 см
Длина штабеля	13 м
Ширина штабеля	4,8 м
Количество штабелей	26 шт.
Ширина зазоров между транспортными средствами и между ними и штабелями по обе стороны проезда	20 см
Площадь офисных помещений	1000 м <sup>2</sup>

2. Вам необходимо организовать склад для компании торгующей сборной мебелью, какое складское оборудование и техника вам необходимы?

Практические задания по теме «Организация тарного хозяйства и перевозок грузов»

1. Обучающиеся заполняют основные разделы товарно-транспортной накладной.
2. Обучающиеся заполняют основные разделы путевого листа грузового автомобиля.
3. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

Для оценивания практических заданий используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он полностью решил практическое задание, активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывает полное знание теоретического материала.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он не полностью решил практическое задание, допустил незначительные ошибки, активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывая частичное знание теоретического материала.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он частично решил задание, сделал ряд ошибок в задании, участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, пытается аргументировать свою точку зрения, имеет начальные знания по предмету.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не решил задание, не участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, не пытается аргументировать свою точку зрения.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

### 19.3.3 Темы докладов и круглых столов

#### Темы докладов

1. Виды розничной торговли: магазинные и внемагазинные формы и их особенности.
2. Концентрация капитала в розничной торговле, развитие сетевого формата. Международные, федеральные и локальные сети.
3. Классификации стационарных торговых предприятий по видам и типам, разновидностям. Стратегические решения в магазинах отдельных форматов.
4. Внемагазинные формы торговли: прямые и дистанционные продажи, их особенности и разновидности.
5. Организация и развитие малых торговых предприятий в России и зарубежных странах.
6. Организация и развитие оптовой торговли в зарубежных странах.
7. Организация и развитие розничной торговли в зарубежных странах.
8. Организация и развитие оптовой торговли в России.
9. Организация и развитие розничной торговли в зарубежных странах.

Для оценивания доклада используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Оценка «отлично» выставляется обучающемуся в случае подготовки структурированного сообщения, отображающего полный перечень различных точек зрения по данному вопросу, а	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>

также аргументированных ответов на дополнительные вопросы.		
Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если его сообщение отражает большую часть многообразия концепций и подходов по данной теме, по большей части вопросов обучающийся дает аргументированные ответы.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся в случае подготовки сообщения содержащего только одну точку зрения, аргументация ответов обучающимся не производится.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не подготовил доклад или не может ответить на поставленные вопросы.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

### Темы круглых столов

Круглый стол по теме «Торговое предприятие: сущность, виды, тенденции развития»

1. Современные тенденции развития розничной торговли
2. Торговые центры: международный опыт, российская практика
3. Учет ключевых факторов при размещении торгового предприятия (влияние градостроительных, транспортных, социальных, экономических факторов)

Круглый стол по теме «Организация тарного хозяйства и перевозок грузов»

1. Основные тенденции в совершенствовании тары
2. Влияние организации тарного хозяйства на экономическую эффективность торгового предприятия
3. Преимущества и недостатки отдельных видов транспорта (железнодорожного, автомобильного, водного и воздушного)
4. Проблемы оптимизации затрат и сроков доставки товаров в крупных торговых предприятиях, имеющих множество складов и торговых точек

Для оценивания работы обучающегося на круглом столе используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывает полное знание теоретического материала.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывая частичное знание теоретического материала.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, пытается аргументировать свою точку зрения, имеет начальные знания по предмету.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, не пытается аргументировать свою точку зрения.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

### 19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного



университета. Текущая аттестация проводится в формах: практического задания; доклада; круглого стола. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, и практическое задание, позволяющее оценить уровень полученных умений и навыков.

При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация по дисциплинам (модулям) с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) проводится в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена.

Обучающиеся, проходящие промежуточную аттестацию с применением ДОТ, должны располагать техническими средствами и программным обеспечением, позволяющим обеспечить процедуры аттестации. Обучающийся самостоятельно обеспечивает выполнение необходимых технических требований для проведения промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий.

Идентификация личности обучающегося при прохождении промежуточной аттестации обеспечивается посредством использования каждым обучающимся индивидуального логина и пароля при входе в личный кабинет, размещенный в ЭИОС образовательной организации.