

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 30 ноября 2022 г. №13)

**Рабочая программа дисциплины  
«МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ»**

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

Направление подготовки  
38.03.06 «Торговое дело»

Направленность образовательной программы  
«Управление торговой и логистической деятельностью»

Форма обучения  
Очная, очно-заочная

Нижний Новгород

2023 год

## *Лист актуализации*

---

---

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель президиума Ученого Совета ННГУ  
14 декабря 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании президиума Ученого совета ННГУ им. Н.И. Лобачевского

---

Протокол от 14 декабря 2021 г. № 4

---

---

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК  
\_\_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

---

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК  
\_\_\_\_\_ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

---

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Менеджмент торговых предприятий» относится к части ООП направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», формируемой участниками образовательных отношений.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-5. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ИД-1 <sub>ПК-5</sub> Реализует программы разработки новых, в т.ч. инновационных товаров	31 (ПК-5) Знать методики разработки новых видов товаров У1 (ПК-5) Уметь применить программу разработки новых видов товаров в торговом предприятии В1 (ПК-5) Владеть навыками реализации программ разработки новых видов товаров в торговом предприятии	<i>Коллоквиум,</i>  <i>тест,</i>  <i>практические задания,</i>  <i>кейс-задача</i>
	ИД-2 <sub>ПК-5</sub> Реализует ассортиментную политику организации, в т.ч. в сфере торговли	32 (ПК-5) Знать виды ассортиментной политики торгового предприятия У2 (ПК-5) Уметь применять методы управления ассортиментом В2 (ПК-5) Владеть навыками управления ассортиментом	
	ИД-3 <sub>ПК-5</sub> Реализует политику ценообразования организации, в т.ч. в сфере торговли	33 (ПК-5) Знать основы ценообразования в торговом предприятии У3 (ПК-5) Уметь формировать политику ценообразования в торговом предприятии В3 (ПК-5) Владеть инструментами ценообразования в торговом предприятии	
	ИД-4 <sub>ПК-5</sub> Осуществляет распределение товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли	34 (ПК-5) Знать способы распределения товаров в торговом предприятии У4 (ПК-5) Уметь проводить распределение товаров в торговом предприятии В4 (ПК-5) Владеть навыками работы по распределению товаров в торговом предприятии	
	ИД-5 <sub>ПК-5</sub> Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в	35 (ПК-5) Знать виды стратегий продвижения товаров в торговом предприятии	

	т.ч. в сфере торговли	У5 (ПК-5) Уметь разрабатывать стратегию продвижения товаров в торговом предприятии В5 (ПК-5) Владеть навыками реализации стратегии продвижения товаров в торговом предприятии	
ПК-10. Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) исходя из расчетов целевых показателей	ИД-1 <sub>ПК-10</sub> Разрабатывает целевые показатели с учетом выбранных критериев и имеющихся ограничений для дальнейшего формирования решений	31 (ПК-10) Знать методы определения экономической эффективности бизнес-процессов торгового предприятия У1 (ПК-10) Уметь прогнозировать бизнес-процессы торгового предприятия В1 (ПК-10) Владеть навыками оценки эффективности бизнес-процессов торгового предприятия	<i>Коллоквиум,</i>  <i>тест,</i>  <i>задачи</i>
	ИД-2 <sub>ПК-10</sub> Формирует альтернативные решения на основе разработанных для них целевых показателей	32 (ПК-10) Знать виды показателей, необходимых для принятия решений по деятельности торгового предприятия У2 (ПК-10) Уметь проводить расчеты показателей по деятельности торгового предприятия В2 (ПК-10) Владеть навыками принятия решений на основе рассчитанных показателей по деятельности торгового предприятия	
	ИД-3 <sub>ПК-10</sub> Анализирует, обосновывает и выбирает решения, в том числе на основе экономической оценки инвестиционных проектов	33 (ПК-10) Знать методики экономической оценки проектов У3 (ПК-10) Уметь анализировать проекты В3 (ПК-10) Владеть навыками выбора решений в рамках проектов	

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	2 ЗЕТ	2 ЗЕТ
<b>Часов по учебному плану</b>	72 ак. ч.	72 ак. ч.
<b>в том числе</b>		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	29	17
- занятия лекционного типа	14	8
- занятия семинарского типа	14	8
- контроль самостоятельной работы	1	1
<b>самостоятельная работа</b>	43	55
<b>Промежуточная аттестация – зачет</b>		

#### 3.2. Содержание дисциплины



Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля) форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего, часы			В том числе																	
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них															Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Консультации			Всего					
	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная	Очная	Очно-Заочная	Заочная
Модуль 1 Организационные основы процесса менеджмента торгового предприятия																					
Тема 1 Система торгового менеджмента	6	6		1	0,5		1	0,5								2	1		4	5	
Тема 2 Планирование стратегии и оперативной деятельности торгового предприятия	9	9		2	1		2	1								4	2		5	7	
Тема 3 Проектирование организационной структуры торговых предприятий	6	6		1	0,5		1	0,5								2	1		4	5	
Модуль 2 Кадры и контроль в системе торгового менеджмента																					
Тема 4 Формирование кадрового потенциала торгового предприятия и мотивация трудовой деятельности персонала	7	7		1	0,5		1	0,5								2	1		5	6	
Тема 5 Контроль и управленческий учет в системе торгового менеджмента	7	7		1	0,5		1	0,5								2	1		5	6	
Модуль 3 Управление маркетинговой и технологической деятельностью торгового предприятия																					

Тема 6 Маркетинговая ориентация деятельности торгового предприятия и управление конкурентоспособностью	9	9		2	1		2	1							4	2		5	7	
Тема 7 Управление торгово-технологическими процессами	9	9		2	1		2	1							4	2		5	7	
<b>Модуль 4 Экономика и финансовый менеджмент торгового предприятия</b>																				
Тема 8 Экономические основы торгового менеджмента	9	9		2	2		2	2							4	4		5	5	
Тема 9 Финансовый менеджмент на предприятиях торговли	9	9		2	1		2	1							4	2		5	7	
Итого (включая КСИФР - 1 час)	72	72		14	8		14	8							28	16		43	55	

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение практических заданий и задач.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 6 ак. часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП по организационно-управленческому и расчетно-экономическому типу задач профессиональной деятельности, а именно

- планирование и принятие решений в области выбранной профессиональной деятельности и оценка их эффективности

- управление маркетинговой деятельностью предприятия (организации)

- управление информационно-коммуникационной деятельностью предприятия (организации)

- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия;

- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей ситуации для принятия обоснованных управленческих решений;

- компетенций

ПК-5. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации;

ПК-10. Способен к принятию обоснованных решений в своей профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) исходя из расчетов целевых показателей

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках практических занятий и индивидуальных консультаций.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.

2. Работу с ресурсами Интернет.

3. Подготовку к тестированию.

4. Подготовку к экзамену.

5. Написание бизнес-плана.

Полные методические рекомендации по написанию бизнес-плана представлены в ФОС по дисциплине (п. 3.3).

#### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Менеджмент на предприятиях торговли как профессиональная управленческая деятельность.

2. Система управленческой деятельности, ее основные элементы: менеджер, персонал, методы и средства управления, условия, процесс и результат управления.

3. Торговое предприятие как объект управления.

4. Основные модели главной целевой функции менеджмента предприятий торговли.

5. Цели и задачи менеджмента предприятий торговли. Основные функции управления в торговом предприятии.



6. Выбор организационно-правовой формы деятельности торгового предприятия. Выбор типов магазинов, входящих в состав торгового предприятия.
7. Стратегическое планирование и стратегическое управление деятельностью торгового предприятия.
8. Общая концепция внутрифирменного планирования и ее основные принципы. Определение миссии, целей и стратегий развития предприятия. планирование деятельности торгового предприятия, их взаимосвязь.
9. Организация внутрифирменного планирования.
10. Разработка бизнес-плана торгового предприятия, его структура и содержание.
11. Понятие организации. Основные элементы и фазы жизни организации.
12. Внутренняя и внешняя среда.
13. Формальная и неформальная организация.
14. Типы организационных структур и их выбор.
15. Анализ и оценка организационной структуры торгового предприятия.
16. Требования, принципы и факторы, влияющие на построение организационных структур.
17. Сетевой принцип организационного дизайна.
18. Торговые сети: дистрибьюторская сеть, франчайзинг, аутсорсинг, виртуальные сети.
19. Распределение полномочий и ответственности в организационной структуре торгового предприятия. Централизация и децентрализация в организационных структурах.
20. Проектирование организационной структуры предприятия.
21. Оценка эффективности организационных структур.
22. Информационное обеспечение и оснащение торговых предприятий оргтехникой.
23. Особенности организации деятельности оптового, розничного и оптово-розничного торгового предприятия.
24. Специфика управления персоналом торгового предприятия. Кадровая политика торгового предприятия, ее формирование и формулирование.
25. Методы управления персоналом торгового предприятия. Управление численностью и составом персонала.
26. Планирование потребности в трудовых ресурсах. Отбор персонала в системе формирования кадрового потенциала предприятия. Управление процессом обучения и повышения квалификации кадров торгового предприятия.
27. Трудовое поведение, мотивы и стимулы. Управление стимулированием труда персонала торгового предприятия.
28. Заработная плата в структуре затрат на рабочую силу. Виды и формы оплаты труда в торговле
29. Контроль в торговле, его виды и обеспечение.
30. Проектирование систем контроля. Контроль сохранности товаров от хищений.
31. Особенности контроля результатов на предприятиях торговли. Особенности систем контроля на торговом предприятии.
32. Виды учета в системе торгового менеджмента. Сущность управленческого учета и его отличие от бухгалтерского учета.
33. Современный подход к постановке управленческого учета на торговом предприятии. Автоматизация управленческого учета.
34. Особенности маркетинга торгового предприятия:  $4p + 3p$  (ассортимент, цена, каналы продвижения, реклама, персонал, процессы, физическая среда).
35. Определение целевого сегмента и позиционирование услуг на предприятиях торговли.

36. Анализ маркетинговых стратегий охвата рынка (недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг), их отличительные черты.
37. Формирование товарного ассортимента на предприятиях торговли, его основные принципы. Характеристики ассортимента торгового предприятия.
38. Этапы и особенности процесса формирования ассортимента. Ценовые стратегии и их классификация.
39. Методы ценообразования и ценовая политика на предприятиях торговли.
40. Комплекс продвижения товара (услуги) на предприятиях торговли и оценка его эффективности.
41. Сущность конкурентоспособности торгового предприятия.
42. Факторы внешней среды, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия: покупатели, поставщики, товары-заменители, новые конкуренты, существующие конкуренты.
43. Внутриорганизационные факторы конкурентоспособности: стратегический, инновационный, торгово-технологический, кадровый, экономический, финансовый потенциалы.
44. Управление конкурентоспособностью: разработка конкурентной стратегии и ее реализация. Особенности управления конкурентоспособностью торгового предприятия. Бенчмаркинг.
45. Содержание и структура торгово-технологических процессов торгового предприятия. Основные и вспомогательные торгово-технологические процессы.
46. Классификация помещений торгового предприятия.
47. Рациональная технологическая планировка торгового зала. Этапы планирования торгового зала магазина самообслуживания, его принципы и особенности.
48. Управление процессом обслуживания покупателей на предприятиях торговли, его элементы и показатели качества обслуживания.
49. Внедрение в розничную торговлю информационных систем управления. Системы сканирования штрих-кодов.
50. Система категорийного менеджмента, ее сущность, выгоды потребителей и ритейлеров. Система «быстрый отклик» и «эффективный ответ потребителю». Обеспечение розничной безопасности.
51. Экономические основы управления товарооборотом торгового предприятия. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка. Планирование объема и структуры реализации товаров.
52. Управление текущими затратами на торговых предприятиях. Состав текущих затрат и факторы, влияющие на их формирование. Планирование издержек обращения.
53. Виды прибыли торгового предприятия и механизм ее формирования.
54. Система управления прибылью «взаимосвязь издержек обращения, объема товарооборота и прибыли». Планирование формирования и распределения прибыли торгового предприятия.
55. Содержание, цели и функции финансового менеджмента.
56. Сущность финансового планирования. Системы финансового планирования, методические подходы и методы, используемые при их разработке.
57. Финансовый контроллинг.
58. Структура и содержание финансовой отчетности торгового предприятия. Агрегированный отчет о прибылях и убытках. План денежных потоков. Баланс.
59. Экспресс-диагностика финансовых документов.

60. Анализ финансовой отчетности предприятия. Основные показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Менеджмент торговых предприятий», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=2918>

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
---------------	--	--	---	---	---	---	---

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
<b>зачтено</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код компетенции
1. Менеджмент на предприятиях торговли как профессиональная управленческая деятельность.	ПК-10
2. Система управленческой деятельности, ее основные элементы: менеджер, персонал, методы и средства управления, условия, процесс и результат управления.	ПК-10
3. Торговое предприятие как объект управления.	ПК-10

4. Основные модели главной целевой функции менеджмента предприятий торговли.	ПК-10
5. Цели и задачи менеджмента предприятий торговли. Основные функции управления в торговом предприятии.	ПК-10
6. Выбор организационно-правовой формы деятельности торгового предприятия. Выбор типов магазинов, входящих в состав торгового предприятия.	ПК-10
7. Стратегическое планирование и стратегическое управление деятельностью торгового предприятия.	ПК-10
8. Общая концепция внутрифирменного планирования и ее основные принципы. Определение миссии, целей и стратегий развития предприятия. планирование деятельности торгового предприятия, их взаимосвязь.	ПК-10
9. Организация внутрифирменного планирования.	ПК-10
10. Разработка бизнес-плана торгового предприятия, его структура и содержание.	ПК-10
11. Понятие организации. Основные элементы и фазы жизни организации.	ПК-10
12. Внутренняя и внешняя среда.	ПК-10
13. Формальная и неформальная организация.	ПК-10
14. Типы организационных структур и их выбор.	ПК-10
15. Анализ и оценка организационной структуры торгового предприятия.	ПК-10
16. Требования, принципы и факторы, влияющие на построение организационных структур.	ПК-10
17. Сетевой принцип организационного дизайна.	ПК-10
18. Торговые сети: дистрибьюторская сеть, франчайзинг, аутсорсинг, виртуальные сети.	ПК-10
19. Распределение полномочий и ответственности в организационной структуре торгового предприятия. Централизация и децентрализация в организационных структурах.	ПК-10
20. Проектирование организационной структуры предприятия.	ПК-10
21. Оценка эффективности организационных структур.	ПК-10
22. Информационное обеспечение и оснащение торговых предприятий оргтехникой.	ПК-10
23. Особенности организации деятельности оптового, розничного и оптово-розничного торгового предприятия.	ПК-10
24. Специфика управления персоналом торгового предприятия. Кадровая политика торгового предприятия, ее формирование и формулирование.	ПК-5, ПК-10

25. Методы управления персоналом торгового предприятия. Управление численностью и составом персонала.	ПК-5
26. Планирование потребности в трудовых ресурсах. Отбор персонала в системе формирования кадрового потенциала предприятия. Управление процессом обучения и повышения квалификации кадров торгового предприятия.	ПК-5
27. Трудовое поведение, мотивы и стимулы. Управление стимулированием труда персонала торгового предприятия.	ПК-5
28. Заработная плата в структуре затрат на рабочую силу. Виды и формы оплаты труда в торговле	ПК-5
29. Контроль в торговле, его виды и обеспечение.	ПК-10
30. Проектирование систем контроля. Контроль сохранности товаров от хищений.	ПК-10
31. Особенности контроля результатов на предприятиях торговли. Особенности систем контроля на торговом предприятии.	ПК-10
32. Виды учета в системе торгового менеджмента. Сущность управленческого учета и его отличие от бухгалтерского учета.	ПК-5, ПК-10
33. Современный подход к постановке управленческого учета на торговом предприятии. Автоматизация управленческого учета.	ПК-10
34. Особенности маркетинга торгового предприятия: 4р + 3р (ассортимент, цена, каналы продвижения, реклама, персонал, процессы, физическая среда).	ПК-5
35. Определение целевого сегмента и позиционирование услуг на предприятиях торговли.	ПК-5
36. Анализ маркетинговых стратегий охвата рынка (недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг), их отличительные черты.	ПК-5
37. Формирование товарного ассортимента на предприятиях торговли, его основные принципы. Характеристики ассортимента торгового предприятия.	ПК-5
38. Этапы и особенности процесса формирования ассортимента. Ценовые стратегии и их классификация.	ПК-5
39. Методы ценообразования и ценовая политика на предприятиях торговли.	ПК-5
40. Комплекс продвижения товара (услуги) на предприятиях торговли и оценка его эффективности.	ПК-5
41. Сущность конкурентоспособности торгового предприятия.	ПК-5, ПК-10
42. Факторы внешней среды, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия: покупатели, поставщики, товары-заменители, новые конкуренты, существующие конкуренты.	ПК-5, ПК-10
43. Внутриорганизационные факторы конкурентоспособности: стратегический, инновационный, торгово-технологический, кадровый, экономический, финансовый потенциалы.	ПК-5, ПК-10
44. Управление конкурентоспособностью: разработка конкурентной стратегии и ее реализация. Особенности управления	ПК-5, ПК-10

конкурентоспособностью торгового предприятия. Бенчмаркинг.	
45. Содержание и структура торгово-технологических процессов торгового предприятия. Основные и вспомогательные торгово-технологические процессы.	ПК-10
46. Классификация помещений торгового предприятия.	ПК-10
47. Рациональная технологическая планировка торгового зала. Этапы планирования торгового зала магазина самообслуживания, его принципы и особенности.	ПК-10
48. Управление процессом обслуживания покупателей на предприятиях торговли, его элементы и показатели качества обслуживания.	ПК-5
49. Внедрение в розничную торговлю информационных систем управления. Системы сканирования штрих-кодов.	ПК-5, ПК-10
50. Система категорийного менеджмента, ее сущность, выгоды потребителей и ритейлеров. Система «быстрый отклик» и «эффективный ответ потребителю». Обеспечение розничной безопасности.	ПК-5
51. Экономические основы управления товарооборотом торгового предприятия. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка. Планирование объема и структуры реализации товаров.	ПК-5
52. Управление текущими затратами на торговых предприятиях. Состав текущих затрат и факторы, влияющие на их формирование. Планирование издержек обращения.	ПК-5, ПК-10
53. Виды прибыли торгового предприятия и механизм ее формирования.	ПК-5
54. Система управления прибылью «взаимосвязь издержек обращения, объема товарооборота и прибыли». Планирование формирования и распределения прибыли торгового предприятия.	ПК-5
55. Содержание, цели и функции финансового менеджмента.	ПК-10
56. Сущность финансового планирования. Системы финансового планирования, методические подходы и методы, используемые при их разработке.	ПК-10
57. Финансовый контроллинг.	ПК-10
58. Структура и содержание финансовой отчетности торгового предприятия. Агрегированный отчет о прибылях и убытках. План денежных потоков. Баланс.	ПК-10
59. Экспресс-диагностика финансовых документов.	ПК-10
60. Анализ финансовой отчетности предприятия. Основные показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия.	ПК-10

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций

#### ПК-5

1. В процессе формирования товарного ассортимента предприятиям торговли необходимо учитывать прежде всего (может быть несколько вариантов правильных ответов):

**А) тип предприятия**

Б) ассортимент товаров у поставщиков

**В) выбранную маркетинговую стратегию**

Г) планограмму предприятия

2. Широта ассортимента – это:

**А) общее количество ассортиментных групп (товарных линий) у производителя (продавца)**

Б) варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы

В) количество товарных подгрупп

3. Полнота (насыщенность) ассортимента – это:

**А) общее количество ассортиментных групп (товарных линий) у производителя (продавца)**

Б) варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы

**В) количество товарных подгрупп**

#### **ПК-10**

1 Выберите методы определения экономической эффективности стратегий торгового предприятия:

**А) метод оценки экономической эффективности;**

Б) метод оценки сильных и слабых сторон предприятия;

**В) метод оценки стоимости компании;**

Г) метод оценки конкурентов компании.

2 Выберите показатели оценки экономической эффективности стратегий торгового предприятия:

**А) показатели стоимости;**

**Б) показатели рентабельности;**

В) показатели оборачиваемости;

Г) показатели качества товаров.

3 К количественным параметрам экономического потенциала торговли являются:

А) объем розничного и оптового товарооборота;

Б) наличие и размер товарных запасов;

В) численность, профессионально-квалификационный состав работников;

**Г) все ответы верны.**

### **5.2.3. Типовые практические задания для оценки сформированности компетенции**

#### **ПК-5**

1 Рассчитать коэффициенты широты, насыщенности, глубины ассортимента магазина «Кристина» по аналогии с ассортиментом магазина «ГлавПродМаг».

2. Сделать выводы о количественном и качественном составе ассортимента.

3 Предложить мероприятия по управлению ассортиментом в магазине «Кристина». Отметить сопутствующие внешние факторы.

Таблица – Показатели ассортимента по товарным группам

Товарная группа	Характеристики ассортимента для	Характеристики ассортимента для	Коэффициенты группировки	Коэффициенты группировки
-----------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------



	магазина «Кристина»			магазина «Главпродмаг»			ассортимента для магазина «Кристина»			ассортимента для магазина «Главпродмаг»		
	Широт а	Полно та	Глуби- на	Широ та	Полно та	Глуби на	К <sub>ш</sub>	К <sub>п</sub>	К <sub>г</sub>	К <sub>ш</sub>	К <sub>п</sub>	К <sub>г</sub>
хлебобулочные изделия	5	12	28	8	15	34						
мясо и рыба	8	15	46	10	13	64						
молоко и молочная продукция	8	19	110	7	16	162						
овощи и фрукты	5	21	68	5	24	71						
вино-водочная продукция	9	38	124	9	42	120						

#### 5.2.4. Типовая кейс-задача для оценки сформированности компетенции

##### ПК-5

Сеть магазинов «Дом+сад» торгует хозяйственными товарами, открывая свои точки в многолюдных спальных районах. Правда, путь к безубыточности для магазинов оказался длиннее, чем ожидалось. Чтобы его сократить, компании нужно как можно быстрее уточнить сам формат «магазин у дома» и окончательно определиться с ассортиментом.

Причину создания сети хозяйственных магазинов учредители объясняют комбинацией трех факторов: достаточные финансовые ресурсы на открытие собственной сети, перспективная ниша и знания, полученные за несколько лет работы в розничной торговле. Основные признаки формата «магазин у дома» таковы: отдельные помещения площадью 150–350 м находятся в пределах десяти минут ходьбы от дома (500–1500 м), рассчитаны на повседневный спрос на товары, необходимые в хозяйстве.

По оценкам Объединенной финансовой группы (ОФГ), объем российского рынка хозяйственных и строительных товаров «сделай сам» (DIY – do it yourself), товаров для дома, сада и огорода составляет \$9–12 млрд в год. Темпы роста этого сегмента – более 10% в год. Только по Москве и области в 2013 году таких товаров было продано на \$2,5–3 млрд. Цены в магазинах «Дом+сад» на 3–7% выше, чем у дискаунтеров. Минимальная разница по наиболее востребованным позициям, максимальная – по товарам, которые на данный момент в дискаунтерах не представлены. Таких, по словам Кудрявцева, набирается много: в дискаунтерах обычно 400–500 позиций хозтоваров, в магазинах «Дом+сад» – 4500. Типичного покупателя в компании представляют как женщину 35–55 лет. Средний чек в магазинах «Дом+сад» – немногим более 100 рублей. Посещаемость – от 300 до 400 человек в день, из которых не уходят без покупки примерно 60–70%. Все эти показатели хотя и растут, но не с той скоростью, какая была предусмотрена в бизнес-модели «Дом+сад». Первый магазин был открыт в ноябре 2013 года. На открытие новых точек и их выход на окупаемость компания отвела год. Но этого оказалось мало. По словам директора, в ноябре 2014 года ни один из 13 магазинов не вышел на прибыль. Два закрыли. Сейчас ситуация улучшилась: несколько уже вышли на безубыточность. Если в ближайшее время остальные магазины выйдут на безубыточность, то можно открыть еще 12 магазинов за этот год.

Рецепт успешного формата «магазин у дома» в компании пока еще не определили. Основной источник проблем – ассортиментная политика. Сейчас с помощью маркетинговой компании «Табер трейд» проводит для своих магазинов сразу два исследования потребителей. Первое – опрос москвичей, который поможет выявить модели и тенденции потребления (где, как, что покупают, насколько интересен формат «магазин у дома»). Второе – исследование известности непосредственно магазинов «Дом+сад» среди местных жителей

в радиусе 500–1500 м. Третье исследование компания проводит собственными силами, «допрашивая» посетителей магазина на предмет их предпочтений и удовлетворенности. Изначально компания стала работать с широким ассортиментом, пошагово выясняя, какие товары продавать выгоднее. В итоге за год магазины «Дом+сад» «перелопатили» порядка 12 тыс. позиций, что стало серьезной нагрузкой на сеть. Постепенно от первоначальной идеи охватить все категории товаров отказались.

В прогнозах развития своего рынка основатели сети «Дом+сад» ориентируются также на тенденции на продуктовом рынке. Но пока конкуренция там недостаточно острая. Когда рынок насытится, потребности людей будут развиваться дальше, и дело дойдет до хозтоваров. Пока же здесь все очень аморфно. Что касается продуктов, люди в 90% случаев знают заранее, куда они за ними поедут. Основные вопросы, которые предстоит решить: по каким принципам должна строиться ассортиментная политика «магазина у дома»? Как выявить оптимальную широту ассортиментного ряда и товарные категории, экономическая эффективность от работы с которыми максимальна? Кроме того, задумавшись над форматом, компания решила изменить и название. Как выяснилось, в восприятии названия «Дом+сад» доминирует слово «сад», что несколько сбивает с толку потенциальных покупателей.

Задания:

- 1 Какая проблема описана в кейсе? Выделите и структурируйте.
- 2 Охарактеризуйте ассортимент предприятия. Сделайте выводы о его широте и глубине.
- 3 Опишите, каким образом в предприятии организовано управление ассортиментом. Какие достоинства и недостатки Вы можете выделить?
- 4 Оцените эффективность ассортимента экспертным методом.
- 5 Какие способы решения проблем использовало руководство предприятия? Достигли ли они своей цели и почему?
- 6 Какие рекомендации Вы бы предложили предприятию?

#### **5.2.5. Типовые вопросы для коллоквиума для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-5**

1. Роль микро- и макросреды организации в межфункциональном конфликте.
2. Обеспечение информационного взаимодействия и сотрудничества подразделений.
3. Роль руководителя в эффективной межфункциональной координации.

##### **ПК-10**

1. Виды и методы анализа, используемые в ходе анализа деятельности торгового предприятия.
2. Экономическая эффективность и экономический эффект.
3. Экономические показатели оценки эффективности деятельности торгового предприятия.

#### **5.2.6. Типовые примеры задач для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-10**

##### **Задача 1.**

В торговом предприятии «Азбука вкуса» были внесены изменения в организацию торгово-технологических процессов гастрономического отдела. После этого в отделе было проведено исследование зависимости объема продаж гусиного паштета от цены. Результаты приведены в нижеследующей таблице 1. В

среднем постоянные расходы на реализацию данного товара составили 42,8 тыс. руб. в месяц, переменные расходы – 9% от товарооборота.

Цена 1 банки, руб.	Объем продаж, банок в день	Товарооборот, руб.	$\Sigma$ ТН, руб.	ВД, руб.	VC, руб.	ТС, руб.	ВП, руб.
1	2	3	4	5	6	7	8
100	230						
120	190						
140	150						
160	125						
180	110						
200	90						

Примите управленческое решение о выборе цены на 1 банку гусиного паштета, если средняя цена закупки составляет 50 руб. за одну банку. Оцените эффективность выбранной стратегии, если до этого ежедневная валовая прибыль в данном отделе составляла в среднем 7800 руб.

Справка: НДС на деликатесы = 18%

## Задача 2.

Торговая сеть провела полный реинжиниринг своей деятельности, для чего потребовалось вложить дополнительно 1 млн. руб. Ожидаемые финансовые результаты от деятельности торговой сети после реинжиниринга составляют: 1 год – -0,5; 2 год – -0,2; 3 год – -0,8; 4 год – 1,2; 5 год – 1,5; 6 год – 2,0 млн. руб.

Оцените эффективность вложения средств в реинжиниринг торговой сети при ставке дисконта 13%..

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Основная литература

1. Басовский, Л. Е. Менеджмент : учебное пособие / Л. Е. Басовский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006401-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228802>

2. Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: история, теория, практика : учебное пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005014-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843590>

### Дополнительная литература

3. Горина, Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А. Горина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028844>

4. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией [Электронный ресурс]: учебник / Г. Г. Иванов, И. С. Лебедева, Т. В. Панкина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1044006>

5. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации [Электронный ресурс]: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 182 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1016647>
6. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 142 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1232040>
7. Родионова, В. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Н. Родионова. — 3-е изд., испр. и перераб. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 106 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1052210>
8. Чеглов, В. П. Торговое дело. Экономика и управление розничными торговыми сетями : учебник / В.П. Чеглов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 309 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1056723. - ISBN 978-5-16-015782-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1056723>
9. Журнал «Проблемы теории и практики управления». Режим доступа: <http://www.uptp.ru/content/>
10. Журнал «Свой бизнес». Режим доступа: <https://mybiz.ru/>
11. Журнал «Секрет фирмы». Режим доступа: <https://secretmag.ru/>
12. Журнал «ЭКО». Режим доступа: <http://econom.nsc.ru/eco/arhiv/>

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

13. <http://nizhstat.gks.ru/> – Нижегородский областной комитет государственной статистики
14. <https://www.nn.ru/firmy/> – Каталог организаций Нижнего Новгорода
15. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) – Подборка журнальных статей по маркетингу
16. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – “Административно-управленческий портал”
17. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) – “Корпоративный менеджмент” (вопросы управления маркетингом)
18. [www.dis.ru](http://www.dis.ru) – Издательская группа «Дело и сервис»
19. [www.expert.ru](http://www.expert.ru) – Еженедельное издание “Эксперт” с приложениями
20. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Госкомстат
21. [www.gortis.ru](http://www.gortis.ru) – Практика рыночных исследований, обзоры рынков
22. [www.infowave.ru](http://www.infowave.ru) – “Маркетинговые исследования и разработки”
23. [www.innov.ru](http://www.innov.ru) - «Нижегородский бизнес он-лайн»
24. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – «Энциклопедия маркетинга»
25. [www.nn.ru](http://www.nn.ru) – “Нижний Новгород в сетях”
26. [www.poll4all.ru](http://www.poll4all.ru) - Российский сайт опросов в Интернете
27. [www.retail.ru](http://www.retail.ru) – “Маркетинг в торговле” (еженедельник, “Обзор цен”)
28. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Информационно-аналитический портал по бизнесу
29. [www.vedomosti.ru](http://www.vedomosti.ru) – Экономическая газета «Ведомости»

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер преподавателя с возможностью подключения к сети Интернет, экран для демонстрации и проектор, компьютеры для студентов с возможностью подключения к сети Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в

электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.03.06 «Торговое дело» программы бакалавриата «Управление торговой и логистической деятельностью».

Авторы:

к.э.н., доцент кафедры торгового дела

И.Ю. Цветкова

ст. преподаватель кафедры торгового дела

Т.Д. Муранова

Рецензент:

Генеральный директор

Торговой компании «ОПТСТАНДАРТ»,

к.э.н.

С.В. Воробьева

Заведующий кафедрой

торгового дела

д.э.н., профессор

О.В. Чкалова

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «14» ноября 2022 года, протокол № 6.