

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебной работе
_____ Э.Ю. Майкова
« ____ » _____ 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений
Блока 1 «Дисциплины (модули)»
«Сетевые торговые организации»

Направление подготовки бакалавров – 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) – Коммерция
Типы задач профессиональной деятельности: организационно-
управленческий.

Форма обучения – очная

Факультет управления и социальных коммуникаций
Кафедра «Менеджмент»

Тверь 2021

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы к.э.н., доцент.

О.П. Разинькова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент»
«___» _____ 20__ г., протокол № ____.

Заведующий кафедрой

О.П. Разинькова

Согласовано:

Начальник учебно-методического
отдела УМУ

Д.А. Барчуков

Начальник отдела
комплектования
зональной научной библиотеки

О.Ф. Жмыхова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Сетевые торговые организации» является формирование у студентов целостного комплексного представления о сущности и содержании деятельности сетевых торговых организаций.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков организации сетевых торговых организаций;
- формирование навыков управления сетевыми торговыми организациями.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина "Сетевые торговые организации" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОП ВО. Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Экономика фирмы», «Отраслевая статистика», «Управление финансами организации», «Анализ и диагностика финансовой, коммерческой и закупочной деятельности предприятия» и др.

Приобретенные знания в рамках дисциплины необходимы для формирования наряду с другими изучаемыми дисциплинами целостного представления о направлении «Торговое дело», а также при написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция, закреплённая за дисциплиной в ОХОП:

ПК-2. Способен разработать план закупок и осуществить подготовку изменений для внесения в план закупок

Индикаторы компетенций, закрепленных за дисциплиной в ОХОП:

ИПК-2.1. Разрабатывает план закупок.

ИПК-2.2. Осуществляет подготовку изменений для внесения в план закупок.

ИПК-2.1.

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

Знать:

З1. Принципы разработки план закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

Уметь:

У1. разработать план закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

Иметь опыт практической подготовки:

ПП1: разработки плана закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

ИПК-2.2.

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

Знать:

32. Принципы осуществления подготовку изменений для внесения в план закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

Уметь:

У2. осуществить подготовку изменений для внесения в план закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

Иметь опыт практической подготовки:

ПП2: осуществить подготовку изменений для внесения в план закупок с учетом эффективной деятельности сетевой организации

3.2. Технологии, обеспечивающие формирование компетенций

Проведение лекций, практических и самостоятельных работ.

4. Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1а. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачётных единиц	Академические часы
Общая трудоёмкость дисциплины	3	108
Аудиторные занятия (всего)		60
в том числе:		
Лекции		30
Практические занятия (ПЗ)		30
Лабораторные работы (ЛР)		Не предусмотрены
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		12 + 36 (экз)
в том числе:		
Курсовая работа		не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрена
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Другие виды самостоятельной работы: - подготовка к практическим работам и их защиты		9
Контроль текущий и промежуточный (бально-рейтинговый, экзамен, кп)		3 + 36 (экз)
Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)		30
Практические занятия (ПЗ)		30
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
Курсовая работа		не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

Таблица 2а. Модули (разделы) дисциплины, трудоёмкость в часах и виды учебной работы.

Наименование модуля	Общая трудоёмкость, ч	Лекции, ч	Практические занятия, ч	Лабораторный практикум, ч	Самостоятельная работа, ч
1. Сетевая розничная торговля - история возникновения и современное состояние	12	3,5	3		1,5 + 4 (экз.)
2. Развитие сетевой торговли в России. Особенности сетевизации розничной торговли в РФ	13	3	4		2 + 4 (экз.)
3. Организационно-правовые формы сетевых торговых предприятий	13	3,5	4		1,5 + 4 (экз.)
4. Особенности организации закупочной деятельности и построение отношений с поставщиками	13	3	4		2 + 4 (экз.)
5. Организация системы распределения товаров в торговых сетях	12	3,5	3		1,5 + 4 (экз.)
6. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент	12	3	3		2 + 4 (экз.)
7. Размещение объектов розничной торговой сети	11	3,5	3		0,5 + 4 (экз.)
8. Маркетинговая стратегия сетевых торговых структур	11	3,5	3		0,5 + 4 (экз.)
9. Управление собственными торговыми марками	11	3,5	3		0,5 + 4 (экз.)
Всего на дисциплину	108	30	30	—	12+36(экз)

5.1. Содержание дисциплины

МОДУЛЬ 1. Сетевая розничная торговля - история возникновения и современное состояние

Исторические этапы развития сетевой торговли а зарубежных рынках. Предпосылки развития розничных торговых сетей. Передовые международные розничные торговые сети: история развития и условия успеха (США, Франция, Швеция). Преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса. Современное состояние мировых торговых сетей. Тенденции развития сетевого торгового бизнеса за рубежом.

МОДУЛЬ 2. Развитие сетевой торговли в России Особенности сетевизации розничной торговли в РФ.

Формы и способы концентрации капитала в процессе создания сетевых структур в ритейле. Развитие сетевых форматов. Развитие мультиформатной торговли в России. Государственное регулирование сетевой торговли в РФ. Сетевой бизнес в оптовой и розничной торговле. Проблемы взаимоотношений торговых сетей и поставщиков и способы их решения.

МОДУЛЬ 3. Организационно-правовые формы сетевых торговых предприятий.

Модели управления торговыми сетями Организационно-правовые формы сетевых торговых предприятий: горизонтальная интеграция, многопрофильные компании, добровольные ассоциации, вертикальная интеграция, диверсификация, финансово- промышленная группа,. Территориальная и форматная стратегия розничных торговых сетей. Франчайзинг в организации торговых сетей. Принципы построения организационной структуры розничной торговой сети. Виды организационных структур управления торговой сетью: функциональная, дивизионная, матричная и т.д. Условия применения, преимущества и недостатки организационных структур управления торговых сетей.

МОДУЛЬ 4. Особенности организации закупочной деятельности и построение отношений с поставщиками

Логистические аспекты закупочной деятельности торговых сетей. Методы закупок товаров розничными торговыми сетями. Модели закупок товаров розничными торговыми сетями: сравнительная характеристика. Лицо принимающее решение в системе закупок торговой сети. Особенности построения взаимоотношений с поставщиками розничных торговых сетей: принципы отбора поставщиков и порядок взаимодействия при поставке товаров.

МОДУЛЬ 5. Организация системы распределения товаров в торговых сетях.

Распределительные центры розничных торговых сетей Распределительная логистика и традиционный сбыт товаров. Факторы, определяющие систему распределения товаров в торговой сети. Транспортировка товаров как элемент распределения товаров в торговой сети. Показатели эффективного управления системой распределения товаров между магазинами торговой сети. Распределительные центры.

МОДУЛЬ 6. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент

Управление ассортиментом по товарным категориям, категорийный менеджмент, стратегии формирования ассортимента торговых сетей. Этапы разработки ассортиментной политики торговой сети. Управление шириной и глубиной товарного ассортимента торговой сети. Методы балансирования товарного ассортимента. Показатели оценки качества товарного ассортимента розничных торговых сетей. Современные подходы к управлению товарным ассортиментом розничных торговых сетей.

МОДУЛЬ 7. Размещение объектов розничной торговой сети

Влияние градостроительных, транспортных, социальных и экономических факторов на размещение объектов торговых сетей. Принципы рационального размещения объектов торговой сети. Методы оценки размещения объектов торговой сети: метод финансового анализа, контрольного чек-листа, метод с использованием гравитационной модели Хаффа, аналоговый метод

МОДУЛЬ 8. Маркетинговая стратегия сетевых торговых структур

Место маркетинга в сетевом ритейле. Принципы применения маркетинга торговыми сетями. Обеспечение конкурентоспособности торговых сетей за счет маркетинговых инструментов. Брендменеджмент. Коммуникационная политика розничных торговых сетей: реклама, инструменты стимулирования сбыта (промо-акции). Мерчандайзинг торговых сетей: принципы выкладки, вертикальная и горизонтальная выкладки товаров. Управление лояльностью, программы лояльности торговых сетей. Построение клиентоориентированного сервиса. Маркетинговые исследования в деятельности торговых сетей. Интернетмаркетинг.

МОДУЛЬ 9. Управление собственными торговыми марками

Понятие "собственная торговая марка" розничной сети, классификация собственных торговых марок розничной сети, значение собственных торговых марок для потребителей, поставщиков и торговых сетей. Модели управления собственными торговыми марками розничных торговых сетей: товарный брендинг, разработка внутренних и внешних идентификаторов собственных торговых марок торговой сети, разработка мероприятий по созданию и продвижению мероприятий товаров под собственными торговыми марками. Формирование товарного портфеля собственных торговых марок торговых сетей.

5.3 Практические занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а. Практические работы и их трудоёмкость.

Порядковый номер модуля. Цель практического занятия	Тематика практического занятия	Трудоём- кость, ч
Модуль 1 Цель: исследование проблем сетевой розничной торговли	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3
Модуль 2 Цель: исследование проблем развития сетевой торговли в России	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	4
Модуль 3 Цель: изучение организационно-правовых форм сетевых торговых предприятий	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	4
Модуль 4 Цель: исследование особенности организации закупочной деятельности и построения	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	4

Порядковый номер модуля. Цель практического занятия	Тематика практического занятия	Трудоем- кость, ч
отношений с поставщиками		
Модуль 5 Цель: исследование проблем организации системы распределения товаров в торговых сетях	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3
Модуль 6 Цель: исследование проблем управления ассортиментом	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3
Модуль 7 Цель: исследование вопросов размещения объектов розничной торговой сети	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3
Модуль 8 Цель: изучение маркетинговой стратегии сетевых торговых структур	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3
Модуль 9 Цель: исследование проблем управления собственными торговыми марками	1.Решение ситуационных задач. 2.Заслушивание рефератов и их обсуждение	3

6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости

6.1 Цели самостоятельной работы

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

6.2 Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемым им источникам, в подготовке к практическим занятиям, текущему контролю успеваемости, экзамену.

Предусмотрено 15 практических занятий, которые защищаются посредством тестирования или устного опроса (по желанию обучающегося). Максимальная оценка за выполненную работу — 10 баллов.

Выполнение всех работ обязательно. В случае невыполнения практической работы по уважительной причине студент имеет право выполнить письменный реферат по согласованной с преподавателем теме модуля, по которому пропущена работа.

Возможная тематическая направленность реферативной работы для каждого учебно-образовательного модуля представлена в таблице 5.

Таблица 5

Темы рефератов

№ п/п	Модуль	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
-------	--------	--

№ п/п	Модуль	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
1	Модуль 1	Исторические этапы развития сетевой торговли а зарубежных рынках.
		Современное состояние мировых торговых сетей.
		Предпосылки развития розничных торговых сетей.
		Передовые международные розничные торговые сети: история развития и условия успеха (США, Франция, Швеция).
2	Модуль 2	Формы и способы концентрации капитала в процессе создания сетевых структур в ритейле.
		Развитие сетевых форматов.
		Развитие мультиформатной торговли в России.
3	Модуль 3	Модели управления торговыми сетями
		Условия применения, преимущества и недостатки организационных структур управления торговых сетей
		Организационно-правовые формы сетевых торговых предприятий
		Территориальная и форматная стратегия розничных торговых сетей.
4	Модуль 4	Логистические аспекты закупочной деятельности торговых сетей.
		Методы закупок товаров розничными торговыми сетями.
		Модели закупок товаров розничными торговыми сетями.
		Лицо принимающее решение в системе закупок торговой сети.
5	Модуль 5	Распределительные центры розничных торговых сетей
		Распределительная логистика и традиционный сбыт товаров.
		Факторы, определяющие систему распределения товаров в торговой сети.
6	Модуль 6	Методы балансирования товарного ассортимента.
		Показатели оценки качества товарного ассортимента розничных торговых сетей.
7	Модуль 7	Влияние градостроительных, транспортных, социальных и экономических факторов на размещение объектов торговых сетей.
		Методы оценки размещения объектов торговой сети: метод контрольного чек-листа
		Принципы рационального размещения объектов торговой сети.
		Методы оценки размещения объектов торговой сети: метод финансового анализа,
		Методы оценки размещения объектов торговой сети: метод с использованием гравитационной моделей Хаффа, аналоговый метод
8	Модуль 8	Мерчандайзинг торговых сетей: принципы выкладки, вертикальная и горизонтальная выкладки товаров.
		Место маркетинга в сетевом ритейле.
		Управление лояльностью, программы лояльности торговых сетей.
		Построение клиентоориентированного сервиса.
9	Модуль 9	Понятие "собственная торговая марка" розничной сети.
		Модели управления собственными торговыми марками розничных торговых сетей

Оценивание реферата по содержанию и качеству выполнения осуществляется путем устного опроса.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Гаврилов, Л.П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л.П. Гаврилов. - 4-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - (Высшее образование). - Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-534-14897-8. - URL: <https://urait.ru/bcode/510301> . - (ID=134961-0)

2. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 4-е изд. ; стер. - Москва : Дашков и К, 2021. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 21.07.2022. - ISBN 978-5-394-03466-4. - URL: <https://e.lanbook.com/book/235628> . - (ID=107146-0)

3. Сковиков, А.Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А.Г. Сковиков. - 3-е изд. ; стер. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2022. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-8114-9249-7. - URL: <https://e.lanbook.com/book/189400> . - (ID=148332-0)

7.2 Дополнительная литература

1. Барбер, Д. Сетевой маркетинг : рук. для начинающих / Д. Барбер; пер. с англ. В.Н. Егорова. - М. : Фаир-пресс, 2002. - 182, [1] с. : ил. - (Библиотека MLM). - Текст : непосредственный. - ISBN 5-8183-0158-3 : 60 р. - (ID=85260-1)

2. Дубковский, В.Е. Как достичь успеха в сетевом маркетинге : беседы признанного мастера / В.Е. Дубковский. - Москва : ГРАНД : ФАИР-ПРЕСС, 2002. - 171, [6] с. - (Библиотека MLM). - ISBN 5-8183-0440-X : 35 р. 50 к. - (ID=10774-1)

3. Интернет-магазин : с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим / под редакцией А. Рябых. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 190 с. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-459-00992-7 : 205 р. 90 к. - (ID=93779-2)

4. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учеб. пособие для вузов по спец. "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг" / О.А. Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. - 4-е изд. ; доп. и перераб. - Москва : Дашков и К, 2020. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-394-03474-9. - URL: <https://e.lanbook.com/book/230117> . - (ID=104869-0)

5. Лазарев, И.А. Новая информационная экономика и сетевые механизмы развития / И.А. Лазарев, Г.С. Хижа, К.И. Лазарев. - 2-е изд. ; перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2008. - 241 с. - Библиогр. : с. 234 - 241. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-91131-548-1 : 154 р. - (ID=72526-2)

6. Мур, А. Создание преуспевающей компании сетевого маркетинга = Building a Successful Network Marketing Company / А. Мур. - Москва : ГРАНД : ФАИР-ПРЕСС, 2002. - 352 с. - (Библиотека MLM). - ISBN 5-8183-0415-9 (рус.) : 52 р. - (ID=10783-1)

7. Петин, В. Сайт на AJAX под ключ. Готовое решение для интернет-магазина / В. Петин. - Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2011. - 424 с. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-9775-0629-8 : 168 р. 95 к. - (ID=112617-1)

8. Попов, Е.В. Сетевые экономические взаимодействия : монография / Е.В. Попов; ответственный редактор В.Л. Макаров. - 2-е изд. ; доп. и перераб. - Москва : Юрайт, 2023. - (Актуальные монографии). - Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 02.05.2023. - ISBN 978-5-534-11270-2. - URL: <https://urait.ru/book/setevye-ekonomicheskie-vzaimodeystviya-517001> . - (ID=154382-0)

9. Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство для маркетологов и руководителей бизнеса / Л.О. Гроховский [и др.]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 221 с. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-496-00736-8 : 507 р. - (ID=100906-1)

10. Сибирская, Е.В. Электронная коммерция : учеб. пособие для вузов по спец. 100800 "Экономика и управление на предприятии торговли и обществ. питания" : в составе учебно-методического комплекса / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. - М. : Форум, 2013. - 287 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-91134-229-6 : 180 р. - (ID=97400-2)

7.3 Методические материалы

1. Интернет-маркетинг: слайды по дисциплине "Электронная коммерция" по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ДМ). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123792> . - (ID=123792-0)

2. Методические указания по выполнению лабораторных и практических работ по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ЛР). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123797> . - (ID=123797-0)

3. Оценочные средства промежуточной аттестации в форме зачета по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-Э). - Текст : электронный. - Режим доступа: с разрешения преподавателя. - (ID=123803-0)

4. Рейтинг-план дисциплины «Электронная коммерция» подготовки бакалавра по направлению 100700 Торговое дело, профиль «Коммерция», Курс 4,

Семестр 2 : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; сост. С.В. Семенов. - Тверь : ТвГТУ, 2013. - (УМК-ПЛ). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/108046> . - (ID=108046-1)

5. Сборник заданий для практических работ по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-П). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123799> . - (ID=123799-0)

6. Семенов, С.В. Электронная коммерция : вопросы для подготовки к зачету для студентов, обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело : в составе учебно-методического комплекса / С.В. Семенов; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН. - Тверь : ТвГТУ, 2012. - (УМК-В). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/108053> . - (ID=108053-1)

7. Семенов, С.В. Электронная коммерция : методические указания по выполнению лабораторных работ (направление 100700.62 Торговое дело) : в составе учебно-методического комплекса / С.В. Семенов; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН. - Тверь : ТвГТУ, 2012. - (УМК-ЛР). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/108050> . - (ID=108050-1)

8. Семенов, С.В. Электронная коммерция : тезисы лекций для студентов, обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело : в составе учебно-методического комплекса / С.В. Семенов; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН. - Тверь : ТвГТУ, 2012. - (УМК-Л). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/108049> . - (ID=108049-1)

9. Советская торговля в фотографиях: слайды по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ДМ). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123794> . - (ID=123794-0)

10. Тезисы лекций по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-Л). - Текст : электронный. - (ID=123789-0)

11. Тестовые задания по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2017. - (УМК-В). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123800> . - (ID=123800-0)

12. Традиционная коммерция и электронная коммерция: слайды по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской

гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ДМ). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123795> . - (ID=123795-0)

13. Учебно-методический комплекс дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" "Сетевые торговые организации" Направление подготовки бакалавров – 38.03.06 Торговое дело. Направленность (профиль) – Коммерция : ФГОС 3++ / Каф. Менеджмент ; Сост.: О.П. Разинькова. - 2022. - (УМК). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/155848> . - (ID=155848-0)

14. Электронная коммерция: история, основные определения и понятия: учебно-наглядное пособие: слайды по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-У). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123796> . - (ID=123796-0)

15. Электронная торговля: слайды по дисциплине "Электронная коммерция" направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Профиль: Коммерция : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. Н.В. Давликанова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ДМ). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/123793> . - (ID=123793-0)

7.4 Программное обеспечение по дисциплине

Операционная система Microsoft Windows: лицензии № ICM-176609 и № ICM-176613 (Azure Dev Tools for Teaching).

Microsoft Office 2007 Russian Academic: OPEN No Level: лицензия № 41902814.

7.5. Специализированные базы данных, справочные системы, электронно-библиотечные системы, профессиональные порталы в Интернет

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

1. Ресурсы: <https://lib.tstu.tver.ru/header/obr-res>
2. ЭК ТвГТУ: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/Web>
3. ЭБС "Лань": <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС "Университетская библиотека онлайн": <https://www.biblioclub.ru/>
5. ЭБС «IPRBooks»: <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронная образовательная платформа "Юрайт" (ЭБС «Юрайт»): <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY: <https://elibrary.ru/>
8. Информационная система "ТЕХНОРМАТИВ". Конфигурация "МАКСИМУМ" : сетевая версия (годовое обновление) : [нормативно-технические, нормативно-правовые и руководящие документы (ГОСТы, РД, СНИПы и др.). Диск 1, 2, 3, 4. - М. :Технорматив, 2014. - (Документация для профессионалов). - CD. - Текст : электронный. - 119600 p. – (105501-1)

УМК размещен: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/155848>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При изучении дисциплины «Сетевые торговые организации» используются современные средства обучения: наглядные пособия, диаграммы, схемы.

Возможна демонстрация лекционного материала с помощью оверхед-проектора (кодоскопа) и мультипроектора.

9. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

9.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации в форме экзамена — «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

2. Критерии оценки и ее значения для категории «знать» (количественный критерий):

Ниже базового - 0 баллов.

Базовый уровень (репродуктивные знания) - 1 балл.

Повышенный уровень (продуктивные знания) - 2 балла.

Критерии оценки и ее значение для категории «уметь» (бинарный критерий):

Отсутствие умения - 0 баллов.

Наличие умения - 1 балл.

«отлично» — при сумме баллов 5-6;

«хорошо» — при сумме баллов 4;

«удовлетворительно» — при сумме баллов 3;

«неудовлетворительно» — при сумме баллов 0 или 1 или 2.

3. Вид экзамена - устный.

4. Экзаменационный билет соответствует утвержденной Положением о рабочих программах дисциплин, соответствующих ФГОС ВО, форме. Типовой образец экзаменационного билета приведен в Приложении. Обучающемуся дается право выбора заданий из числа, содержащихся в билете, принимая во внимание оценку, на которую он претендует.

Число экзаменационных билетов - 20. Число вопросов (заданий) в экзаменационном билете - 4.

Продолжительность экзамена - 60 минут.

5. База заданий, предназначенных для обучающихся на экзамене.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Исторические этапы развития сетевой торговли а зарубежных рынках.
2. Предпосылки развития розничных торговых сетей.

3. Передовые международные розничные торговые сети: история развития и условия успеха (США, Франция, Швеция).
4. Преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса.
5. Современное состояние мировых торговых сетей.
6. Тенденции развития сетевого торгового бизнеса за рубежом.
7. Формы и способы концентрации капитала в процессе создания сетевых структур в ритейле.
8. Развитие сетевых форматов.
9. Развитие мультиформатной торговли в России.
10. Государственное регулирование сетевой торговли в РФ.
11. Сетевой бизнес в оптовой и розничной торговле.
12. Проблемы взаимоотношений торговых сетей и поставщиков и способы их решения.
13. Модели управления торговыми сетями
14. Организационно-правовые формы сетевых торговых предприятий.
15. Территориальная и форматная стратегия розничных торговых сетей.
16. Франчайзинг в организации торговых сетей.
17. Принципы построения организационной структуры розничной торговой сети.
18. Виды организационных структур управления торговой сетью.
19. Условия применения, преимущества и недостатки организационных структур управления торговых сетей.
20. Логистические аспекты закупочной деятельности торговых сетей.
21. Методы закупок товаров розничными торговыми сетями.
22. Модели закупок товаров розничными торговыми сетями: сравнительная характеристика.
23. Лицо принимающее решение в системе закупок торговой сети.
24. Особенности построения взаимоотношений с поставщиками розничных торговых сетей.
25. Распределительные центры розничных торговых сетей
26. Распределительная логистика и традиционный сбыт товаров.
27. Факторы, определяющие систему распределения товаров в торговой сети.
28. Транспортировка товаров как элемент распределения товаров в торговой сети.
29. Показатели эффективного управления системой распределения товаров между магазинами торговой сети.
30. Распределительные центры.
31. Управление ассортиментом по товарным категориям.
32. Этапы разработки ассортиментной политики торговой сети.
33. Управление шириной и глубиной товарного ассортимента торговой сети.
34. Методы балансирования товарного ассортимента.

35. Показатели оценки качества товарного ассортимента розничных торговых сетей.

36. Современные подходы к управлению товарным ассортиментом розничных торговых сетей.

37. Влияние градостроительных, транспортных, социальных и экономических факторов на размещение объектов торговых сетей.

38. Принципы рационального размещения объектов торговой сети.

39. Методы оценки размещения объектов торговой сети.

40. Место маркетинга в сетевом ритейле.

41. Принципы применения маркетинга торговыми сетями.

42. Обеспечение конкурентоспособности торговых сетей за счет маркетинговых инструментов.

43. Брендменеджмент.

44. Коммуникационная политика розничных торговых сетей: реклама, инструменты стимулирования сбыта (промо-акции).

45. Мерчандайзинг торговых сетей: принципы выкладки, вертикальная и горизонтальная выкладки товаров.

46. Управление лояльностью, программы лояльности торговых сетей.

47. Построение клиентоориентированного сервиса.

48. Маркетинговые исследования в деятельности торговых сетей.

Интернетмаркетинг.

49. Понятие "собственная торговая марка" розничной сети,

50. Классификация собственных торговых марок розничной сети.

51. Значение собственных торговых марок для потребителей, поставщиков и торговых сетей.

52. Модели управления собственными торговыми марками розничных торговых сетей.

53. Формирование товарного портфеля собственных торговых марок торговых сетей.

При ответе на вопросы экзамена допускается использование справочными данными, ГОСТами, методическими указаниями по выполнению лабораторных работ в рамках данной дисциплины.

Пользование различными техническими устройствами не допускается. При желании студента покинуть пределы аудитории во время экзамена экзаменационный билет после его возвращения заменяется.

Преподаватель имеет право после проверки письменных ответов на экзаменационные вопросы задавать студенту в устной форме уточняющие вопросы в рамках содержания экзаменационного билета, выданного студенту.

Иные нормы, регламентирующие процедуру проведения экзамена, представлены в Положении о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

9.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме зачета

Учебным планом зачет по дисциплине не предусмотрен

9.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме курсового проекта или курсовой работы

Учебным планом курсовой проект или курсовая работа по дисциплине не предусмотрены

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Студенты перед началом изучения дисциплины ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки, которые опубликованы и размещены на сайте вуза или кафедры.

В учебный процесс внедрена субъект-субъектная педагогическая технология, при которой в расписании каждого преподавателя определяется время консультаций студентов по закрепленному за ним модулю дисциплины.

Рекомендуется обеспечить студентов, изучающих дисциплину, электронными учебниками, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению практических работ, а также всех видов самостоятельной работы.

11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами заседаний дисциплин, форма которых утверждена Положением о рабочих программах дисциплин, соответствующих ФГОС ВО.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

Тверской государственный технический университет
(ТвГТУ)

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 Торговое дело
Профиль — Коммерция

Кафедра «Менеджмент»

Дисциплина «Сетевые торговые организации»

Семестр 7

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Вопрос для проверки уровня «знать» — 0 или 1 или 2 балла:

Принципы применения маркетинга торговыми сетями

2. Вопрос для проверки уровня «уметь» — 0 или 1 балл:

Применять методы балансирования товарного ассортимента.

3. Вопрос для проверки уровня «уметь» — 0 или 1 балл:

Управлять шириной и глубиной товарного ассортимента торговой сети

4. Вопрос для проверки уровня «уметь» — 0 или 2 балл:

Ситуационное задание

При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать

а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;

б) прогноз объема продаж вашей фирмы;

в) место размещения (раздел, страницу);

г) ценовую модель.

Критерии итоговой оценки за экзамен:

«отлично» — при сумме баллов 5 или 6;

«хорошо» — при сумме баллов 4;

«удовлетворительно» — при сумме баллов 3;

«неудовлетворительно» — при сумме баллов 0, 1 или 2.

Составитель: к.э.н., доцент _____ О.П. Разинькова

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент _____ О.П. Разинькова