

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.юр.н., доц. Фойгель Е.И.



29.05.2026г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.31. Менеджмент в торговом бизнесе

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	32
Лекции (час)	36
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	36
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	72
Курсовая работа (час)	36
Всего часов	180
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	32

Иркутск 2026

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Автор Н.Г. Новикова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента, маркетинга и логистики

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Менеджмент в торговом бизнесе» является изучение теоретических основ и приобретение практических навыков в области обеспечения рыночно ориентированного управления торговой компанией (предприятием, организацией) в условиях конкуренции на основе анализа, оценки рыночных возможностей и разработки стратегий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-1	Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	З. Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса У. Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории Н. Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом бизнесе (торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах)

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Экономическая теория", "Информационные технологии", "Микро и макроэкономика", "Статистика", "Менеджмент"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	36
Практические (сем, лаб.) занятия	36

Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	108
Всего часов	180

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства	32	4	4	10		
2	Торговые сети	32	4	4	6		Творческое задание1: Исследование параметров функционирования торговых сетей в условиях современного этапа развития конкуренции в торговом бизнесе (темы 1-3)
3	Торгово-технологический процесс	32	1	1	8		
4	Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе	32	4	4	0		
5	Основы анализа спроса в торговом бизнесе	32	6	6	10		
6	Основы анализа конкурентов	32	4	4	6		Творческое задание2: Анализ спроса и конкурентов (темы 4-6)
7	Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе	32	2	2	4		Кейс «Анатомия провала» (темы 4,7,8)
8	Организационные структуры управления в торговом бизнесе	32	1	1	6		
9	Основы разработки	32	6	8	12		

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе- стр	Лек- ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	рыночной политики в торговом бизнесе						
10	Основы оперативного управления магазином	32	4	2	10		Творческое задание 3: Рыночная политика и коммерческие показатели управления работой магазина (темы 9-10)
	ИТОГО		36	36	72		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства	Виды и формы торгового бизнеса. Сущность, функции и значение торгового бизнеса в экономике страны. Особенности современного этапа развития торгового бизнеса в России (в том числе сдвиг баланса сил в каналах распределения). Понятие формата торговли и его основные признаки. Характеристика форматов торговли.
10	Основы оперативного управления магазином	Задачи управляющего магазином Воронка продаж и основные показатели оперативного управления магазином
2	Торговые сети	Две противоречивые тенденции преобразующие структуру торговли. Факторы формирования торговых сетей. Варианты создания торговых сетей, в том числе франчайзинг. Проблемы формирования торговых сетей. Две стратегические модели развития торговых сетей.
3	Торгово- технологический процесс	Основные этапы торгово-технологического процесса с позиции рыночно-ориентированного подхода и функций торговли. Краткая характеристика технологических этапов торгово-технологического процесса.
4	Модель рыночно- ориентированного управления в торговом бизнесе.	Концепция рыночной ориентации. Процессный подход к рыночно ориентированному управлению торговой компанией. Модель рыночной среды и концепция анализа рыночных возможностей. Сущность рыночной политики. Концепция рыночной политики. Особенности рыночной политики в розничной торговле. Концепция анализа рыночных возможностей. Соотношение стратегических, тактических и операционных аспектов анализа в модели рыночно-ориентированного

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		управления в розничной торговле Модель рыночной среды розничной торговой организации. Особенности анализа спроса и конкурентов в розничной торговле
5	Основы анализа спроса в торговом бизнесе.	Сущность анализа спроса и потребителей в торговом бизнесе. Понятие ценностей искомых целевыми потребителями, понятие целевой аудитории торговой компании. Сегментный анализ спроса. Основы теории покупательского поведения: прикладные аспекты, применяемые при анализе спроса. Сущность и границы применения различных методов прогнозирования спроса в торговом бизнесе.
6	Основы анализа конкурентов	Конкурентная среда и методы определения основных конкурентов. Анализ конкурентов ориентированный на тактические задачи в торговом бизнесе. Анализ конкурентов ориентированный на стратегические задачи.
7	Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе	Некоторые аспекты целеполагания в отношении потребителей. Сущность, значение и методика стратегического позиционирования.
8	Организационные структуры управления в торговом бизнесе	Сущность и значение организационной структуры торговой компании. Анализ задач и функций. Анализ взаимодействия.
9	Основы рыночной политики в торговом бизнесе	Значение выбора концепции рыночной политики. Управление ассортиментом. Управление ценообразованием. Управление доступностью, разработка концепции «местоположения». Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение Законов регулирующих отношения продавцов и покупателей, производителей/поставщиков и торговых компаний: «О защите прав потребителей», «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (381-ФЗ). Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах) с применением технологии баскет-метода.
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение особенностей конкуренции на современном этапе развития торговли в России. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах), с применением

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	технологии баскет-метода.
2	Торговые сети. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение факторов, проблем и вариантов создания торговых сетей. Творческое задание 1: Исследование параметров функционирования торговых сетей в условиях современного этапа развития конкуренции в торговом бизнесе (задания 1и 2) Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
2	Торговые сети. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение вопроса: 2 стратегические модели развития торговых сетей. Творческое задание1: Исследование параметров функционирования торговых сетей в условиях современного этапа развития конкуренции в торговом бизнесе) (задания 3-4). Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
3	Торгово-технологический процесс. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение факторов, влияющих на количество этапов торгово-технологического процесса и его этапов. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах) с применением технологии баскет-метода.
4	Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе. Семинар: Сущность рыночно-ориентированного управления.Процессный подход к обеспечению рыночно-ориентированного управления. Модель рыночно-ориентированного управления. Характер взаимосвязи блоков в модели рыночно-ориентированного управления
4	Анализ рыночных возможностей (АРВ): взаимосвязь стратегических, тактических и операционных аспектов. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение блока «Анализ рыночных возможностей» (АРВ). Основы построения системы АРВ в торговой компании: концепция АРВ. Обсуждение вариантов построения системы АРВ; стратегический аспект АРВ; тактический аспект АРВ; операционный аспект АРВ; отличия АРВ от маркетинговых исследований, мониторинга рынка, ситуационного анализа, анализа конъюнктуры рынка. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах)
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе. Семинар: Понятие «ценность» применительно к вопросам стратегического управления в торговле. Особенности ценностей, искомых целевыми потребителями в розничной и оптовой торговле. Многомерность потребительского выбора: структура ценности по Шету-Ньюману-Гроссу Сегментный анализ потребителей: значение в разработке стратегий торговой организации, основные виды и особенности в розничной торговле. Модели покупательского поведения. Сущность понятия «спрос», сущность процесса «анализ и прогнозирование спроса».
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе. Проверка умений и навыков сегментного анализа потребителей. Игровое занятие по выполнению творческого задания 2 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе. Опрос на знание основных понятий. Формирование умений и навыков анализа и

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	прогнозирования реализованного и формирующегося спроса. Игровое занятие (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе
6	Особенности анализа конкурентов в торговом бизнесе. Опрос на знание основных понятий. Творческое задание 2: Анализ спроса и конкурентов (задания 1,2). (выполняется в микрогруппе) с последующим обсуждением в группе
6	Особенности анализа конкурентов в торговом бизнесе. Творческое задание 2 (задания 3,4). (выполняется в микрогруппе) с последующим обсуждением в группе.
7	Особенности обоснования выбора целевых сегментов и разработки стратегического позиционирования в торговом бизнесе (на примере розничной торговли). Опрос на знание основных понятий Кейс «Анатомия провала», задания 1,2
8	Организационные структуры управления в торговом бизнесе, на примере оптово-розничной торговли. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение оргструктур магазинов различной степени независимости и централизации функций (на конкретных примерах), а также вопроса взаимовлияния оргструктуры и долгосрочных стратегий торговой организации, представленных в блоке стратегических решений в модели рыночно-ориентированного управления торговой компанией. Разработка группового заключения с последующим обсуждением. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
9	Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе на примере розничной торговли. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение вопросов: 1. Понятие «Концепция рыночной политики». 2. Достоинства и недостатки различных концепций рыночной политики. 3. Факторы, влияющие на выбор концепции рыночной политики Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
9	Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе на примере розничной торговли. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение вопросов: Этапы управления ассортиментом Основы управление ценами Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
9	Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе на примере розничной торговли. Опрос на знание основных понятий. Обсуждение вопросов: Управление доступностью: основные аспекты Интегрированные маркетинговые коммуникации в торговом бизнесе, в том числе мерчендайзинг Творческое задание 3: Рыночная политика и коммерческие показатели управления работой магазина (задания 1,2) (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе.
10	Основы оперативного управления магазином. Опрос на знание основных понятий. Творческое задание 3: Рыночная политика и коммерческие показатели управления работой магазина (задание 3)

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Игровое занятие: Разработка группового заключения с последующим обсуждением
9	<p>Конференция по вопросам управления рыночной политикой в торговом бизнесе. Выступление с докладами. ответы на вопросы.</p> <p>Творческое задание 3: Рыночная политика и коммерческие показатели управления работой магазина (задание 4)</p> <p>Обсуждение вопросов:</p> <p>1. Решения и действия в рамках оперативного управления как фактор реализации стратегии</p> <p>2. Задачи управляющего магазином.</p> <p>3. Показатели оперативного управления магазином.</p> <p>Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).</p>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	2. Торговые сети	ОПК-1	<p>З. Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса</p> <p>У. Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории</p> <p>Н. Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом бизнесе (торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-</p>	<p>Творческое задание 1: Исследование параметров функционирования торговых сетей в условиях современного этапа развития конкуренции в торговом бизнесе (темы 1-3)</p>	5 баллов за каждое правильное задание (30)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			управленческой сферах)		
2	6. Основы анализа конкурентов	ОПК-1	З.Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории Н.Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом бизнесе (торгово- экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах)	Творческое задание2: Анализ спроса и конкурентов (темы 4- 6)	5 баллов за каждое правильно выполненное задание (20)
3	7. Целеполагание и позиционировани е в торговом бизнесе	ОПК-1	З.Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории Н.Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения	Кейс «Анатомия провала» (темы 4,7,8)	6 баллов за каждое правильно выполненное задание (30)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			задач в торговом бизнесе (торгово- экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах)		
4	10. Основы оперативного управления магазином	ОПК-1	З.Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории Н.Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом бизнесе (торгово- экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах)	Творческое задание 3: Рыночная политика и коммерческие показатели управления работой магазина (темы 9-10)	5 баллов за каждое правильно решенное задание (20)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: 2 балла за каждый правильный ответ (20 вопросов).

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Знание: Знать положения экономической и управленческой теории для организации торгового бизнеса

1. В каких случаях формат торговли может быть успешным?
2. В каком случае конкурентное преимущество относится к внешнему типу?
3. В пользу какого участника канала распределения происходит сдвиг баланса сил в каналах распределения товаров народного потребления?
4. В чем суть рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
5. В чем суть стратегического позиционирования торговой компании?
6. Дайте определение сегментирования рынка потребителей торговой компании, верное с позиции обеспечения рыночно-ориентированного управления торговой компанией.
7. Для каких этапов торгово-технологического процесса необходимы планогаммы?
8. К чему приведет несвоевременный заказ товаров и обеспечение их доставки в торговый зал?
9. Как рассчитывается доля рынка торговой сети, реализующей продовольственные товары?
10. Как рассчитывается коэффициент конверсии?
11. Какая концепция рыночной политики в наибольшей степени отражает особенности розничной торговли?
12. Какие действия нужно производить для прогнозирования спроса?
13. Какие потребительские ценности не рассматривает теория рыночного выбора как многомерного явления Шета-Ньюмана-Гросса?
14. Какие решения относятся к числу основных долговременных стратегических решений в модели рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
15. Какие сведения содержит карта этапа торгово-технологического процесса?
16. Какие факторы учитываются при разработке стратегии позиционирования торговой компании?
17. Каким образом реализуется стратегическое позиционирование в системе рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
18. Какова главная проблема оргструктуры управления в торговле?
19. Каковы проблемы развития торговых сетей?
20. Каковы факторы развития торговых сетей?
21. Какое значение имеет торговый бизнес в России?
22. Какой закон регулирует отношения розничной торговли и потребителей?
23. Какой тип конкурентного преимущества позволяет обеспечивать стратегическое позиционирование?
24. Какой тип оргструктуры управления торговой сетью выбирается при внедрении категорийного менеджмента?
25. Какой управленческий инструментарий в наибольшей мере подходит для выделения стратегических групп конкурентов торговой компании?
26. Менеджеры торговой сети работают над обоснованием выбора целевых сегментов для нового формата магазинов. Каковы критерии выбора целевого сегмента?
27. Менеджеры торговой сети решили разработать карту поля боя. Какая информация для этого им потребуется?
28. На какой тип конкурентного преимущества нацелена модель развития торговой сети с низкой наценкой, высокой скоростью оборота и ограниченным перечнем услуг

29. На основе каких видов анализа производится выбор оргструктуры управления торговой компанией?
30. На что влияет конкурентная стратегия при разработке оргструктуры управления торговой сетью?
31. На что влияет местоположение магазина с позиции обеспечения рыночно-ориентированного управления?
32. На что нацелена концепция рыночной политики в модели рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
33. Назовите наиболее обоснованный подход к прогнозированию спроса
34. Назовите показатели оперативного управления магазином, которые относятся к категории «коммерческие показатели»
35. О чем может свидетельствовать сокращение позиций в среднем чеке?
36. От чего зависит количество этапов торгово-технологического процесса?
37. Почему блок анализа рыночных возможностей в модели рыночно-ориентированного управления торговой компанией является стержневым элементом?
38. С какой целью в аналитическую таблицу для тактического анализа конкурентов включают коэффициент значимости?
39. Чем определяется значение управления ценами как элемента рыночной политики торговой компании?
40. Чем регулируются порядок и сроки приема товаров по количеству, качеству и комплектности, и их документальное оформление?
41. Что сегодня относится к числу особенностей конкуренции и развития торгового бизнеса в России?
42. Что представляет собой торгово-технологический процесс в магазине, принадлежащем торговой сети?
43. Что такое «анализ рыночных возможностей» в модели рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
44. Что такое воронка продаж?
45. Что такое конкурентоспособность торговой компании?
46. Что такое спрос с позиции рыночно-ориентированного управления торговой компанией?
47. Что такое торговая сеть?
48. Что такое торговый ассортимент с позиции логистического подхода и принципов рыночно-ориентированного управления?
49. Что является начальным элементом в «колесе» управления ассортиментом?
50. Является ли ошибкой оргструктуры, если статус категорийного менеджера ниже, чем статус директоров магазинов торговой сети?

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 15 баллов за каждое правильно выполненное задание (2 задания).

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Умение: Уметь решать оперативные и тактические задачи в сфере организации торгового бизнеса с использованием знаний экономической и управленческой теории

Задача № 1. Задание. Произвести тактический анализ конкурентов торговой сети

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 15 баллов за каждое правильно выполненное задание (2 задания).

Компетенция: ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

Навык: Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом бизнесе (торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах)

Задание № 1. Задание. Произвести диагностику работы магазинов торговой сети

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.06 Торговое дело
Профиль - Маркетинг, продажи и
логистика
Кафедра менеджмента, маркетинга и
логистики
Дисциплина - Менеджмент в торговом
бизнесе

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Задание. Произвести тактический анализ конкурентов торговой сети (30 баллов).
3. Задание. Произвести диагностику работы магазинов торговой сети (30 баллов).

Составитель _____ Н.Г. Новикова

Заведующий кафедрой _____

Рабочим учебным планом предусмотрена Курс.раб. в семестре 32. Примерные темы:

Анализ развития торговой сети.

Границы применения ассортиментных матриц в системе управления торговым ассортиментом..

Достоинства и недостатки категорийного менеджмента.

Калькуляционное выравнивание в розничной торговле и его влияние на лояльность покупателей..

Анализ подходов к разработке концепции местоположения торговой точки..

Интегрированные маркетинговые коммуникации в розничной торговле, значение мерчандайзинга..

Основные задачи и показатели оперативного управления магазином.

Форматы розничной торговли: основные признаки и примеры развития.

Стратегическое позиционирование торговой сети.

Разработка рыночной политики розничного торгового предприятия (организации).

Тактический анализ конкурентов в розничной торговле..

Формат и концепция магазина.

Особенности сегментирования рынка в розничной торговле.

Анализ развития торговой сети.

Границы применения ассортиментных матриц в системе управления торговым ассортиментом..

Достоинства и недостатки категорийного менеджмента.

Калькуляционное выравнивание в розничной торговле и его влияние на лояльность покупателей..

Анализ подходов к разработке концепции местоположения торговой точки..

Интегрированные маркетинговые коммуникации в розничной торговле, значение мерчандайзинга..

Основные задачи и показатели оперативного управления магазином.

Форматы розничной торговли: основные признаки и примеры развития.

Стратегическое позиционирование торговой сети.

Разработка рыночной политики розничного торгового предприятия (организации).

Тактический анализ конкурентов в розничной торговле..

Формат и концепция магазина.

Особенности сегментирования рынка в розничной торговле.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Новикова Н.Г. Менеджмент в торговом бизнесе. Методические указания по выполнению курсовых работ.- 31 с.
2. [Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 13-е изд. — Москва: Дашков и К, 2022. — 348 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120810.html>](#)
3. [Левкин, Г. Г. Основы коммерции : учебное пособие / Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 108 с. — ISBN 978-5-4497-4649-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153604.html> Элияху html](#)
4. [Новикова Н.Г. Менеджмент в торговом бизнесе/Н.Г. Новикова. - Иркутск: Изд-во БГУ, -2023. -140с. <https://elibrary.ru/item.asp?id=54898320>](#)

б) дополнительная литература:

1. [Грибанова, И. В. Организация и технология торговли : учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. — 3-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования \(РИПО\), 2019. — 203 с. — ISBN 978-985-503-549-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93405.html>](#)
2. [Новикова Н.Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учебное пособие /Н.Г. Новикова. — Иркутск. — Изд-во Байкальский государственный университет экономики и права, 2012. — 177 с. - ISBN: 978-5-7253-2497-6. - \[Электронный ресурс\]. - <http://elibrary.ru/item.asp?id=21198612> \(06.07.2016\)](#)
3. [Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля: учебное пособие / Н. Г. Пахомова. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 89 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116164.html>](#)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>, доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области информатики, экономической теории, статистики, маркетинга, менеджмента, микро и макроэкономики, информационных технологий в профессиональной деятельности.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам;

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения