Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А

_____

25.06.2021г.

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, очно-заочная

	Очная ФО	Очно-заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	32	32
Лекции (час)	36	36
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	36	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	72	108
Курсовая работа (час)	36	36
Всего часов	180	180
Зачет (семестр)		
Экзамен (семестр)	32	32

Иркутск 2021

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 и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022
Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Менеджмент в розничной торговле» является изучение теоретических основ и приобретение практических навыков в области обеспечения рыночно ориентированного управления розничной торговой организацией в условиях конкуренции на основе анализа, оценки 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 управленческой теории применительно к торговому бизнесу У. Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний 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 (очная ФО)	Количество часов (очно-заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	36	36
Практические (сем, лаб.) занятия	36	0

Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	108	144
Всего часов	180	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

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства	32	4	0	20		Круглый стол «Особенности и проблемы современного этапа развития торговли в России в контексте изменений действующего законодательства». Творческое задание по теме 1: «Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства». Тест на знание основ действующего законодателства в сфере торговли
2	Торговые сети	32	4	0	6		Тест:«Торговые сети. Проблемы стратегического развития».
3	Торгово-технологический процесс	32	1	0	8		
4	Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе	32	4	0	0		Круглый стол «Логическая итерационная модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе как основа анализа, оценки,

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							разработки/адаптации и реализации стратегических тактических и операционных решений».. Круглый стол. «Анализ рыночных возможностей (АРВ): взаимосвязь стратегических, тактических и операционных аспектов»
5	Основы анализа спроса в торговом бизнесе	32	6	0	20		Круглый стол. «Анализ потребителей: основные аспекты». Творческое задание по теме 5. «Основы анализа потребителей»
6	Основы анализа конкурентов	32	4	0	6		Творческое заданиепо теме 6. «Основы анализа конкурентов».
7	Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе	32	2	0	4		Творческое задание по теме 7. «Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе».
8	Организационные структуры управления в торговом бизнесе торговле	32	1	0	6		Тест по теме 8. «Организационные структуры управления в торговом бизнесе».
9	Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе	32	6	0	20		Творческое задание по теме 9. «Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе».
10	Основы оперативного управления магазином	32	4	0	18		Контрольная работапо теме 10: «Основы оперативного управления магазином».
	ИТОГО		36		108		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства	32	4	4	10		Круглый стол «Особенности и проблемы современного этапа развития торговли в России в контексте изменений действующего законодательства». Творческое задание по теме 1: «Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства». Тест на знание основ действующего законождателства в сфере торговли
2	Торговые сети	32	4	4	6		Тест:«Торговые сети. Проблемы стратегического развития».
3	Торгово-технологический процесс	32	1	1	8		
4	Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе	32	4	4	0		Круглый стол «Логическая итерационная модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе как основа анализа, оценки, разработки/адаптации и реализации стратегических тактических и операционных решений».. Круглый стол. «Анализ рыночных возможностей (АРВ): взаимосвязь

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							стратегических, тактических и операционных аспектов»
5	Основы анализа спроса в торговом бизнесе	32	6	6	10		Круглый стол. «Анализ потребителей: основные аспекты». Творческое задание по теме 5. «Основы анализа потребителей»
6	Основы анализа конкурентов	32	4	4	6		Творческое заданиепо теме 6. «Основы анализа конкурентов».
7	Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе	32	2	2	4		Творческое задание по теме 7. «Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе».
8	Организационные структуры управления в торговом бизнесе торговле	32	1	1	6		Тест по теме 8. «Организационные структуры управления в торговом бизнесе».
9	Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе	32	6	6	12		Творческое задание по теме 9. «Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе».
10	Основы оперативного управления магазином	32	4	4	10		Контрольная работапо теме 10: «Основы оперативного управления магазином».
	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	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.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	законодательства	Характеристика форматов торговли.
10	Основы оперативного управления магазином	Задачи управляющего магазином. Воронка продаж и основные группы показателей 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 аналза рынчных 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 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	Значение выбора концепции рыночной политики. Управление ассортиментом.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	бизнесе	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 розничной торговле. Особенности современного этапа развития торговли в России. Обсуждение статей Закона «О защите прав потребителей», достоинства и недостатки закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (381-ФЗ). Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах) с применением технологии баскет-метода. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах) с применением технологии баскет-метода.
1	Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе.. Проверка умений и навыков по использованию нормативных документов и действующего законодательства. Проводится в форме игрового занятия по выполнению творческого задания 1 (в микрогруппах), с последующим обсуждением результатов в группе. Тест № 1
2	Торговые сети.. Факторы, проблемы и варианты создания торговых сетей. 2 стратегические модели развития торговых сетей. Разработка группового заключения с последующим обсуждением. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
2	Торговые сети.. Обсуждение торговых сетей г. Иркутска Разработка группового заключения с последующим обсуждением. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах). Тест № 2.
3	Торгово-технологический процесс.. Торгово-технологический процесс и влияющие факторы. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах) с применением технологии баскет-метода.
4	Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе. 1._Сущность рыночно-ориентированного управления. 2._Признаки хорошей стратегии 3._Стратегический процесс в торговой организации: Формула СЦП, взаимосвязь анализа рыночных возможностей (АРВ), стратегических, тактических и операционных решений в модели рыночно-ориентированного управления. 4._Модель рыночно-ориентированного управления торговой сети «Слата».
4	Анализ рыночных возможностей (АРВ): взаимосвязь стратегических, тактических и операционных аспектов. Сущность АРВ._Концепция АРВ. Стратегический аспект АРВ. Примеры. Тактический аспект АРВ. Примеры. 5._Операционный аспект АРВ. Примеры. 6._Отличия АРВ от маркетинговых исследований, мониторинга рынка, ситуационного анализа, анализа конъюнктуры рынка.
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе. Понятие «ценность»

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	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». Обсуждение в микрогруппах с последующим обсуждением в группе.
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе.. Проверка умений и навыков анализа потребителей. Игровое занятие по выполнению творческого задания 2 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе
5	Особенности анализа потребителей в торговом бизнесе. Проверка умений и навыков анализа потребителей. Игровое занятие по выполнению творческого задания 2 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе
6	Особенности анализа конкурентов в торговом бизнесе. Проверка умений и навыков тактического и стртатегического анализа конкурентов. Игровое занятие по выполнению творческого задания 3 (выполняется в микрогруппе) с последующим обсуждением в группе
6	Особенности анализа конкурентов в торговом бизнесе. Проверка умений и навыков тактического и стртатегического анализа конкурентов. Игровое занятие по выполнению творческого задания 3 (выполняется в микрогруппе) с последующим обсуждением в группе.
7	Особенности обоснования выбора целевых сегментов и разработки стратегии позиционирования в розничной торговле. Проверка умений и навыков по обоснованию выбора целевых сегментов и разработке стратегии позиционирования для торговой сети. Игровое занятие по выполнению творческого задания 4 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе.
8	Организационные структуры управления в розничной торговле, особенности.. Игровое занятие: Разработка заключения с последующим обсуждением по вопросам: 1._Анализ оргструктур магазинов различной степени независимости и централизации функций (на конкретных примерах). 2._Оргструктура и стратегии торговой организации: характер и степень взаимовлияния Разработка группового заключения с последующим обсуждением. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах). Тест 3
9	Основы разработки рыночной политики в розничной торговле. Игровое занятие Разработка группового заключения с последующим обсуждением по вопросам: 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).

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
9	Основы разработки рыночной политики в розничной торговле. Проверка умений и навыков по разработке рыночной политики для торговой сети . Игровое занятие по выполнению творческого задания 5 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе.
9	Основы разработки рыночной политики в розничной торговле. Проверка умений и навыков по разработке рыночной политики для торговой сети . Игровое занятие по выполнению творческого задания 5 (выполняется в микрогруппах) с последующим обсуждением в группе.
10	Основы оперативного управления магазином. Игровое занятие: Разработка группового заключения с последующим обсуждением по вопросам: 1._Решения и действия в рамках оперативного управления как фактор реализации стратегии 2._Задачи управляющего магазином. 3._Показатели оперативного управления магазином. 4._Разработка группового заключения с последующим обсуждением. Проводится в форме игрового занятия (в микрогруппах).
10	Основы оперативного управления магазином. Контрольная работа

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.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)
1	1. Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Круглый стол «Особенности и проблемы современного этапа развития торговли в России в контексте изменений действующего законодательства»	1 балл за активное участие в обсуждении одного вопроса (4 вопроса) (4)
2		ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний управленческой теории	Творческое задание по теме 1: «Современные тенденции и проблемы в торговом бизнесе в контексте изменений действующего законодательства»	3 балла за одно правильно выполненное задание , 2 задания (6)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.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)
			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		ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Тест на знание основ действующего законождателства в сфере торговли	0,5 балла за один правильный ответ (20 вопросов) (10)
4	2. Торговые сети	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Тест:«Торговые сети. Проблемы стратегического развития».	0,5 балла за один правильный ответ (6 вопросов) (3)
5	4. Модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Круглый стол «Логическая итерационная модель рыночно-ориентированного управления в торговом бизнесе как основа анализа, оценки, разработки/адаптации и реализации стратегических тактических и операционных решений».	2 балла за один активно обсуждаемый вопрос (4 вопроса для обсуждения) (8)
6		ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Круглый стол. «Анализ рыночных возможностей (АРВ): взаимосвязь стратегических, тактических и операционных аспектов»	1 балл за активное участие в обсуждении одного вопроса(6 вопросов) (6)
7	5. Основы анализа спроса в торговом бизнесе	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Круглый стол. «Анализ потребителей: основные аспекты»	1 балл за активное обсуждение одного вопроса (5 вопросов) (5)
8		ОПК-1	З.Знать положения	Творческое задание по	3 балла за одно

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.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)
			управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний 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)	теме 5. «Основы анализа потребителей»	правильно выполненное задание (3 задания) (9)
9	6. Основы анализа конкурентов	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний 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	Творческое заданиепо теме 6. «Основы анализа конкурентов».	3 балла за одно правильно выполненное задание (3 задания) (9)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.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)
			сферах)		
10	7. Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний 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 по теме 7. «Целеполагание и позиционирование в торговом бизнесе».	3 балла за одно правильно выполненное задание (3 задания) (9)
11	8. Организационные структуры управления в торговом бизнесе торговле	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу	Тест по теме 8. «Организационные структуры управления в торговом бизнесе».	1 балл за один правильный ответ (5 вопросов) (5)
12	9. Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний управленческой теории Н.Владеть навыками применения знаний экономической и управленческой теории для решения задач в торговом	Творческое задание по теме 9. «Основы разработки рыночной политики в торговом бизнесе».	5 баллов за каждое правильно выбранное задание (2 задания) (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.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)
			бизнесе (торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах)		
13	10. Основы оперативного управления магазином	ОПК-1	З.Знать положения управленческой теории применительно к торговому бизнесу У.Уметь решать оперативные и тактические задачи в торговой сфере с использованием знаний 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)	Контрольная работапо теме 10: «Основы оперативного управления магазином».	4 балла за одно правильно выполненное задание (4 задания) (16)
				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 управленческой теории применительно к торговому бизнесу

1. В какие сроки в соответствии со Ст.22 ФЗ «О защите прав потребителей» удовлетворяются требования потребителя о соразмерном уменьшении покупной цены товара, возмещении расходов на исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом, возврате уплаченной за товар денежной суммы, а также требование о возмещении убытков, причиненных потребителю вследствие продажи товара ненадлежащего качества либо предоставления ненадлежащей информации о товаре?
2. В каких случаях потребителю по его требованию в отношении недостатков товара безвозмездно с доставкой в трехдневный срок предоставляется товар длительного пользования, обладающий теми же основными потребительскими свойствами?
3. В каком случае Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории субъекта Российской Федерации?
4. В случае предоставления поставщиком отсрочки платежа за поставку, продовольственных товаров, со сроком годности менее чем 10 дней, каков предельный срок оплаты в соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
5. В случае предоставления поставщиком отсрочки платежа за поставку, продовольственных товаров, со сроком годности от 10 до 30 дней, каков предельный срок оплаты в соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
6. В случае предоставления поставщиком отсрочки платежа за поставку, продовольственных товаров, со сроком годности свыше 30 дней, а также по алкогольной продукции, произведенной на территории РФ, каков предельный срок оплаты в соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
7. В соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей» какие права имеет потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков?
8. В течение какого времени продавец обязан заменить товар с недостатками в случае предъявления требования о его замене?
9. В течение какого периода могут предъявляться требования потребителей в отношении недостатков товара, на который не установлен срок годности или гарантийный срок?
10. В течение какого срока со дня фактического получения продовольственных товаров хозяйствующий субъект, осуществляющий поставки продовольственных товаров, обязан передать документы, относящиеся к поставкам таких товаров торговой организации?
11. В течение какого срока требования потребителей могут предъявляться
12. В чем суть двух противоположных стратегических моделей развития торговых сетей?
13. В чем суть концепции анализа рыночных возможностей?
14. В чем суть концепции вовлеченности в процесс покупки?
15. В чем суть концепции рыночной политики, описываемой 7Р?
16. В чем суть ограничений по приобретению, аренде хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов предусмотренных ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
17. В чем суть сдвига баланса сил в каналах распределения на современном этапе развития экономики?
18. В чем суть стратегии позиционирования?
19. Дайте оценку границ применения поведенческой сегментации в розничной торговле.

20. Дайте оценку границ применения психографической сегментации в розничной торговле.
21. Дайте оценку границ применения сегментации по выгодам (искомым ценностям) в розничной торговле.
22. Дайте оценку границ применения социально-демографической сегментации в розничной торговле.
23. Для какого этапа торгово-технологического процесса необходимы планограммы?
24. Для чего используются ассортиментные матрицы?
25. Для чего нужна обязательная маркировка товаров?
26. Для чего разрабатывается рыночная политика в модели рыночно-ориентированного управления торговой организацией?
27. Если цель вашей торговой организации максимальный рост продаж, какую стратегию ценообразования целесообразно избрать?
28. За чей счет осуществляется доставка крупногабаритного товара и товара весом более пяти килограммов для ремонта, уценки, замены и их последующего возврата потребителю?
29. Значение управления ценами в торговой сети с позиции разработки и реализации стратегии позиционирования и достижения финансовых результатов?
30. К чему приводит распыление функции продажи между различными функциональными зонами управления торговой организации?
31. Как измеряется срок службы товара в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей»?
32. Как называется теория эволюции форматов розничной торговли в соответствии с которой развитие новых форматов происходит потому, что в условиях существующих форматов наблюдается явление конкурентной нестабильности?
33. Как определяется цена товара при начислении неустойки (пени) с учетом того, что с момента продажи она могла измениться?
34. Как рассчитывается коэффициент демонстрационной площади?
35. Как рассчитывается коэффициент емкости торгового оборудования?
36. Как рассчитывается коэффициент установочной площади?
37. Какая ответственность торговой организации предусмотрена ФЗ «О защите прав потребителей» за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя?
38. Какая планировка торгового зала является наименее предпочтительной с точки зрения величины внутримагазинных трудозатрат, связанных с подтовариванием отделов?
39. Какие ассортиментные матрицы используются для планирования торгового ассортимента?
40. Какие категории товаров уже сегодня подлежат обязательной маркировке?
41. Какие основные вопросы рассматривает теория покупательского поведения?
42. Какие права имеет потребитель при дистанционном способе продажи товаров?
43. Какие процессы описывает формула СЦП в логической итерационной модели рыночно-ориентированного управления торговой организацией?
44. Какие сведения содержит технологическая карта?
45. Какие факторы в первую очередь определяют устройство и технологическую планировку магазина?
46. Какие элементы включает в себя структура рыночной среды ?
47. Каким образом в соответствии со Ст.13 ФЗ «О защите прав потребителей» компенсируются убытки, причиненные потребителю в результат нарушения его прав?
48. Каким образом деловая стратегия влияет на разработку оргструктуры управления торговой организацией?

49. Каким образом осуществляется государственное регулирование торговой деятельности в РФ в соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
50. Каким образом реализуется стратегия позиционирования торговой организации?
51. Каков максимальный размер дополнительного вознаграждения (бонусов), которые торговая сеть может потребовать с поставщика, осуществляющего поставки продовольственных товаров в процентах от цены приобретенных товаров?
52. Каков размер неустойки (пени) в соответствии со Ст 23 ФЗ «О защите прав потребителей» за нарушение требований потребителей в связи с товарами ненадлежащего качества (задержку выполнения требований)?
53. Какова структура потребительского выбора по теории Шета-Ньюмана-Гросса?
54. Какова тенденция изменения структуры розничной торговли в России?
55. Каковы перспективы развития маркировки товаров?
56. Каковы правила удовлетворения требований потребителя при обнаружении недостатков в технически сложных товарах?
57. Какое значение для реализации стратегии позиционирования и достижения плановых коммерческих показателей магазина имеет размещение товаров в торговом зале и их выкладка на торговом оборудовании?
58. Какое значение имеет розничная торговля для России?
59. Какой закон регулирует отношения торговли и потребителей?
60. Какой закон регулирует отношения торговли и производителей/поставщиков?
61. Какой тип оргструктуры управления торговой сетью в наибольшей степени соответствует интересам внедрения категорийного менеджмента?
62. Какую информацию продавец обязан довести до потребителя на своей вывеске
63. Какую ответственность несет торговая сеть, за недостатки товара, возникшие после его передачи потребителю вследствие отсутствия у него полной информации о товаре?
64. На какие товары устанавливается срок годности в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей»?
65. На какие хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность не распространяются антимонопольные правила, предусмотренные ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
66. На какой срок Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории субъекта Российской Федерации?
67. На что влияет местоположение торговой сети? Как сегодня трактуется понятие «доступность» в концепциях рыночной политики?
68. На что имеет право потребитель, если непродовольственный товар надлежащего качества, купленный в магазине не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации?
69. Назовите вопросы, которые анализируются для разработки оргструктуры управления торговой сетью.
70. Назовите коммерческие показатели работы магазина.
71. Назовите наиболее обоснованные подходы к прогнозированию спроса.
72. Назовите основную операцию торгово-технологического процесса.
73. Назовите основную проблему оргструктуры Мазура.
74. Назовите основные вопросы стратегического анализа конкурентов торговой сети .
75. Назовите основные долговременные стратегии, разработка которых необходима для обеспечения рыночно-ориентированного управления торговой организацией в условиях конкуренции.
76. Назовите основные обязанности категорийного менеджера.

77. Назовите основные показатели, применяемые для оперативного управления магазином. Какое значение они имеют для анализа, оценки и разработки стратегических вопросов управления в розничной торговле?
78. Назовите основные проблемы формирования торговых сетей в России.
79. Назовите основные типы конкурентных преимуществ торговой сети.
80. Назовите основные этапы управления торговым ассортиментом.
81. Назовите преимущества франчайзера.
82. Назовите преимущества франчайзи.
83. Назовите причину существования мелких и средних торговых организаций розничной торговли наряду с крупными сетевыми розничными операторами.
84. Назовите причины успешности формата торговли.
85. Назовите проблемы франчайзера.
86. Назовите проблемы франчайзи.
87. Назовите те показатели оперативного управления магазином, которые в первую очередь зависят от навыков продавцов в области технологии активных продаж.
88. Назовите три уровня решений, осуществляемых при разработке концепции местоположения магазина.
89. Назовите условия успешности дискаунтера.
90. Назовите факторы развития торговых сетей в России.
91. Назовите факторы, которые учитываются при разработке стратегии позиционирования торговой сети.
92. Назовите форму розничной торговли, которая сегодня развивается наиболее высокими темпами.
93. Назовите этапы в алгоритме разработки стратегии позиционирования торговой организации.
94. Опишите структуру рыночной среды торговой организации.
95. От чего зависит количество этапов торгово-технологического процесса?
96. Перечислите основные особенности анализа рыночных возможностей в розничной торговле.
97. Перечислите основные особенности розничной торговли на современном этапе развития российской экономики.
98. Перечислите основные этапы торгово-технологического процесса магазина, принадлежащего торговой сети.
99. Покажите как логическая итерационная модель рыночно-ориентированного управления в розничной торговле работает как основа анализа, оценки, разработки/адаптации и реализации стратегий.
100. Покажите каким образом блок задач «Анализ рыночных возможностей» в логической итерационной модели рыночно-ориентированного управления обеспечивает возможность анализа, оценки и разработки долговременных и текущих стратегий розничной торговой организации.
101. Почему специалисты называют методы экстраполяции наивными методами прогнозирования спроса?
102. С какого момента исчисляется гарантийный срок товара, а также срок его службы?
103. Услуги по продвижению товаров, услуги по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иные подобные услуги могут оказываться торговой организацией, на основании какого вида договора?
104. Чем определяется социально-экономическое значение розничной торговли в России?
105. Чем регулируются порядок и сроки приемки товаров по количеству, качеству и комплектности?
106. Что анализируется в процессе тактического анализа конкурентов?
107. Что включает в себя целеполагание в модели рыночно-ориентированного управления торговой организацией?

108. Что вправе потребовать потребитель в отношении технически сложного товара в случае обнаружения в нем недостатков?
109. Что должна содержать информация о товаре, предусмотренная Ст.10 ФЗ «О защите прав потребителей»:
110. Что запрещается антимонопольными правилами для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров в соответствии с ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»?
111. Что исключается из цены закупаемых у поставщика продовольственных товаров при расчете размера бонусов?
112. Что отражает коэффициент конверсии? Как он рассчитывается?
113. Что такое «Сервисный ритейл» ?
114. Что такое «добровольная» торговая сеть?
115. Что такое PEST-анализ?
116. Что такое SWOT-анализ?
117. Что такое анализ рыночных возможностей в модели рыночно-ориентированного управления торговой организацией?
118. Что такое ассортиментная политика?
119. Что такое ассортиментные матрицы?
120. Что такое безопасность товара в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей»?
121. Что такое демонстрационная площадь?
122. Что такое доля рынка?
123. Что такое емкость рынка?
124. Что такое значимая комбинация ценностей, искомых целевыми покупателями? Значение этого понятия с позиции разработки стратегии позиционирования.
125. Что такое коммерческая мотивация к совершению покупки? Ее значение для реализации стратегии позиционирования.
126. Что такое конкуренция с позиции маркетингового подхода?
127. Что такое контактная сегментация?
128. Что такое конъюнктура рынка?
129. Что такое конъюнктура торговли?
130. Что такое мотив совершения покупки? Многомерная структура мотива и ее значение для реализации стратегии позиционирования.
131. Что такое мэппинг?
132. Что такое недостаток товара в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей»?
133. Что такое планограмма?
134. Что такое расчетный калькуляционный фактор?
135. Что такое релевантная информация?
136. Что такое сегментация рынка?
137. Что такое спрос с позиции интересов розничного торгового предприятия?
138. Что такое средство идентификации товара?
139. Что такое стратегическая группа конкурентов?
140. Что такое существенный недостаток товара в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей»?
141. Что такое типизация магазинов?
142. Что такое торговый ассортимент?
143. Что такое уровень ценности, искомой целевыми покупателями? Значение этого понятия с позиции разработки стратегии позиционирования.
144. Что такое установочная площадь?
145. Что такое физическая среда магазина?
146. Что такое формат торговли? Назовите основные признаки формата торговли.
147. Что такое франчайзинговая торговая сеть?

148. Что такое целевой рынок розничной торговой организации?
149. Что такое ценность, искомая целевыми покупателями. Значение этого понятия с позиции разработки стратегии позиционирования?
150. Что такое чек-лист?
151. Что является главной проблемой при формировании оргструктуры управления торговой организации?
152. Что является предметом анализа внутренних возможностей во внутренней среде торговой организации?
153. Что является предметом анализа рыночных возможностей во внешней среде торговой организации?

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 торговой сфере с использованием знаний управленческой теории
Задача № 1. Задание. Произвести тактический анализ конкурентоспособности 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 1. Оценить ожидаемую эффективность использования торговой площади, если известно, что нормальным для данного сектора бизнеса является показатель 500 тыс. руб. выручки на кв.м торгового зала в год.

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 и сервиса
Дисциплина - Менеджмент в торговом бизнесе

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Задание. Произвести тактический анализ конкурентоспособности торговой сети. (30 баллов).
3. Задание 1. Оценить ожидаемую эффективность использования торговой площади, если известно, что нормальным для данного сектора бизнеса является показатель 500 тыс. руб. выручки на кв.м торгового зала в год. (30 баллов).

Составитель _____ Н.Г. Новикова

Заведующий кафедрой _____ Е.А. Шагина

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. Зырянова Ю. Г., Хохлачева В. М. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия (на примере ИП Молчан Н.А. ООО "Регтайм" г. Иркутск). Электронный ресурс. бакалаврская работа. 38.03.06. направление Торговое дело/ Ю. Г. Зырянова.- Иркутск, 2017.-67 с.
2. Новикова Н.Г. 38.03.06_МУ_КР_Менеджмент в розничной торговле_2019.- 28 с.// URL: 49034.doc
3. 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
4. Новикова Н.Г. Менеджмент в торговом бизнесе/Н.Г. Новикова. - Иркутск: Изд-во БГУ, -2023. -140с. https://elibrary.ru/item.asp?id=54898320
5. 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

б) дополнительная литература:

1. Кент, Т. Розничная торговля : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело») / Т. Кент, О. Омар. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. — ISBN 978-5-238-01000-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81845.html
2. Кипервар, Е. А. Управление розничным торговым предприятием: учебное пособие / Е. А. Кипервар, В. А. Ковалев, А. И. Чумаков. – Омск: Омский государственный технический университет, 2020. — 151 с. – URL: https://www.iprbookshop.ru/115454.html
3. Нобукаца Ацума Логистика и управление розничными продажами [Электронный ресурс] : ведущие эксперты о современной практике и тенденциях / Ацума Нобукаца, Кристофер Мартин, Хигаси Тосикацу. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2017. — 262 с. — 978-5-379-02020-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/65277.html
4. Новикова Н.Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учебное пособие /Н.Г. Новикова. – Иркутск. – Изд-во Байкальский государственный ниверситет экономики и права, 2012. – 177 с. - ISBN: 978-5-7253-2497-6. - [Электронный ресурс]. - http://elibrary.ru/item.asp?id=21198612 (06.07.2016)

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

– Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: http://www.grebennikon.ru/. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)

– 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