

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра маркетинга

**Авторы-составители: Пьянков Виталий Владимирович
Антинескул Екатерина Александровна
Керзина Евгения Александровна
Новикова Ксения Владимировна**

Рабочая программа дисциплины

РИТЕЙЛИНГ

Код УМК 86057

**Утверждено
Протокол №10
от «03» июня 2020 г.**

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Ритейлинг

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Ритейлинг** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10
Объем дисциплины (з.е.)	4
Объем дисциплины (ак.час.)	144
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	56
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	88
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Ритейлинг

Входной контроль

Понятие ритейл, розничная и оптовая торговля.

Сбытовая деятельность фирмы

Введение в розничную торговлю. Типы предприятий розничной торговли. Глобальный ритейл. Покупательское поведение в сфере розничной торговли. Retail Marketing. Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы, функции сбыта, содержание сбытовой деятельности, цели, задачи, сущность продаж, понятие сбытовой стратегии, классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж, сбыт как функция маркетинга, сбытовая и маркетинговая концепция фирмы, обоснование использования посредников в канале сбыта, классификация посредников, вертикальные маркетинговые системы.

Организация отдела продаж на фирме

Типы организации отдела продаж на фирме: организация службы сбыта по территориальному признаку; организация службы сбыта по продукт-портфолио; функциональная организация службы сбыта; сегментно-клиентская организация службы сбыта; смешанные формы организации службы сбыта, особенности процесса создания отдела продаж на предприятии, сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы, уровни взаимодействия отделов продаж и маркетинга на фирме, методы поиска, найма, обучения торгового персонала. Маркетинговые стратегии в розничной торговле. Финансовая стратегия. Стратегия размещения торговых предприятий. Планирование в ритейле. Рекрутинг, найминг и тимбилдинг в ритейле.

Планирование и реализация сбытовой деятельности

Структура и управление по категориям продуктов. Планирование и управление ассортиментом в ритейле. Рекламные системы планирования.

Особенности разработки плана сбыта: сбытовые территории и другие формы ответственности торгового персонала, сбытовые квоты и планы продаж, реализация плана сбыта предприятия: организация работы торгового персонала, методы оценки работы торгового персонала, методы мотивации торгового персонала.

Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

Инструменты сбытовой политики фирмы в области сотрудничества со сбытовыми каналами: элементы сбытовой политики в области сотрудничества с посредниками (организация поиска, привлечения и послепродажного обслуживания клиентов, составление коммерческих предложений, техника продаж и проведение переговоров); элементы сбытовой политики в области коммерческих условий сопровождения сделок (ценообразование, условия платежа, финансовая поддержка клиентов);, элементы сбытовой политики в области коммерческой логистики, особенности взаимодействия с посредниками в канале распределения исходя из типа реализуемой фирмой сбытовой стратегии, Account management – управление партнерством с клиентурой фирмы, организация совместных с посредниками маркетинговых мероприятий и послепродажного обслуживания

Торговый маркетинг розничных предприятий

Управление взаимоотношениями с клиентами. Работа с клиентами. Аромамаркетинг. Продвижение розничных сетей.

Специфика и природа розничной торговли, сущность, цели, задачи и содержание маркетинга розничной торговли, комплекс маркетинга предприятия розничной торговли, определение целевого рынка розничной торговой фирмы, выбор местоположения предприятия розничной торговли, формирование

ассортимента и определение комплекса услуг, предлагаемых розничным торговым предприятием, мерчандайзинг как основная технология продвижения в розничной торговле, стратегия розничной фирмы в области ценообразования, классификация торговых розничных предприятий

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс ; перевод И. Евстигнеева ; под редакцией А. Вороновой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/86734.html>
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>
3. Трайндл, Арндт Мастерство ритейл-брендинга / Арндт Трайндл ; перевод Р. И. Арнаудова. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-1984-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/82711.html>
4. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/87620>

Дополнительная:

1. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.sostav.ru Состав.ру

www.marketcenter.ru Российский деловой портал «Альянс Медиа»

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Ритейлинг** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Ритейлинг**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ПК.8

готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает основные требования к качеству торгового обслуживания. Умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> Не знает основные требования к качеству торгового обслуживания. Не умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания. <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> Знает основные требования к качеству торгового обслуживания. Не умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания <p style="text-align: center;">Хорошо</p> Знает основные требования к качеству торгового обслуживания. Умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания, но допускает ошибки. <p style="text-align: center;">Отлично</p> Знает основные требования к качеству торгового обслуживания. Умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 44 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 44 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать теоретические знания в сфере розничной торговли.
ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Планирование и реализация сбытовой деятельности Письменное контрольное мероприятие	Уметь использовать полученные теоретические знания в сфере розничной торговли.
ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Управление взаимодействием со сбытовыми каналами Письменное контрольное мероприятие	Уметь создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников.
ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Торговый маркетинг розничных предприятий Письменное контрольное мероприятие	- уметь обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
ПК.8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Торговый маркетинг розничных предприятий Итоговое контрольное мероприятие	- уметь обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	5
61-80% правильных ответов	4
41% правильных ответов	3
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Планирование и реализация сбытовой деятельности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-80% правильных ответов	19
41-60% правильных ответов	14
41% правильных ответов	10
менее 41% правильных ответов	8

Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-80% правильных ответов	19
41-60% правильных ответов	14
41% правильных ответов	10
менее 41% правильных ответов	9

Торговый маркетинг розничных предприятий

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-80% правильных ответов	15
41-60% правильных ответов	12

менее 41% правильных ответов	8

Торговый маркетинг розничных предприятий

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка	10
Личное участие в работе предприятия	10
Наличие экономического обоснования предложений	10
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем	10