

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра менеджмента, маркетинга и коммерции

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины

РИТЕЙЛИНГ

Код УМК 97272

Утверждено
Протокол №10
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

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 подготовки: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг и коммерция

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 и коммерция)

ПК.1 Способен проводить маркетинговые исследования

Индикаторы

ПК.1.3 Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг

ПК.2 Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Индикаторы

ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж

4. Объем и содержание дисциплины

Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг и коммерция)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	9
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (9 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Ритейлинг

Входной контроль

Понятие ритейл, розничная и оптовая торговля.

Сущность и современные тенденции ритейла

Тенденции ритейла с учетом карантинных изменений и упором на онлайн. Статистика по рынку выделение Топ-5 зарубежных и Топ-5 российских ритейлеров из оффлайн и онлайн. Резюме по развитию рынка ритейла и новых технологий в нем.

Клиент и стратегии ритейла

Клиент в ритейле – как изменилось поведение. Стратегии ритейла.

Форматы ритейла

Форматы ритейла исходя из стратегий. Современные формы офлайн и онлайн. Вайт-стор, блек- стор.

Категорийный менеджмент как конкурентное преимущество ритейла

Дерево потребностей. Формирование категорий (субкатегорий). Кросс-категориальный анализ. Тактика ассортиментного наполнения, выкладки, продвижения товаров внутри категории и планирование финансовой эффективности. Определение ролей категорий. Анализ категории. Развитие категорий

Визуальный мерчандайзинг

выбор идеи магазина, выбор местоположения и помещения, финансовые расчеты (бизнес-план) и юридические аспекты (получение всех государственных разрешений и регистраций); определение потенциальных покупателей, название магазина; дизайн — оформление фасада и входной зоны, интерьер; выбор и установка торгового оборудования; эффективная организация пространства в торговом зале, зонирование, учет выделения зон для специальных акций и распродаж; изучение и определение ассортимента, организация работы с поставщиками, разработка логистических маршрутов и системы учета товаров; подбор, обучение, развитие и разработка программы мотивации персонала; организация и контроль работы системы безопасности.

Визуальный мерчандайзинг online

мерчандайзинг, внутреннее оформление и разработка стандартов выкладки товаров; разработка, планирование и проведение маркетинговых программ, рекламных мероприятий, работа со СМИ; онлайн мерчандайзинг

Бизнес-инфраструктура ритейла. ИТ-технологии в ритейле

Современное ПО для ритейла

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 аудиторские 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. 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 выполнении 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.1

Способен проводить маркетинговые исследования

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.1.3 Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	Знать методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг	<p align="center">Неудовлетворител</p> Не знает методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг <p align="center">Удовлетворительн</p> Частично знает методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг <p align="center">Хорошо</p> Знает, допуская ошибки, методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг <p align="center">Отлично</p> Знает методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг

ПК.2

Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Уметь формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	<p align="center">Неудовлетворител</p> Не умеет формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж <p align="center">Удовлетворительн</p> Частично умеет формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж <p align="center">Хорошо</p> Умеет, допуская ошибки, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж <p align="center">Отлично</p> Умеет формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

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 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать теоретические знания в сфере розничной торговли.
ПК.1.3 Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Клиент и стратегии ритейла Письменное контрольное мероприятие	Уметь использовать полученные теоретические знания в сфере розничной торговли.
ПК.1.3 Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Визуальный мерчандайзинг Письменное контрольное мероприятие	Уметь создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников.
ПК.1.3 Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Бизнес-инфраструктура ритейла. ИТ-технологии в ритейле 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, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

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

Клиент и стратегии ритейла

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Визуальный мерчандайзинг

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Бизнес-инфраструктура ритейла. It-технологии в ритейле

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

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

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

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	23

менее 41% правильных ответов	16