

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2024 12:14:03
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг розничной торговли» входит в программу магистратуры «Современный маркетинг и управление продажами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 4 разделов и 10 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является обеспечение студентов необходимыми теоретическими знаниями принципов торгового маркетинга и практическими навыками разработки мероприятий торгового маркетинга

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг розничной торговли» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПКО-2	Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	ПКО-2.1 Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПКО-2.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ПКО-2.3 Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов; ПКО-2.4 Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики;	ПКО-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек; ПКО-4.2 Знает основные формы выхода компании; ПКО-4.3 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня; ПКО-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на рынках товаров и услуг; ПКО-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в маркетинге;
ПКО-7	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности.	ПКО-7.1 Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации маркетинговых стратегий компании; ПКО-7.2 Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия на международном уровне; ПКО-7.3 Умеет формировать планы маркетинга; ПКО-7.4 Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью; ПКО-7.5 Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ; ПКО-7.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг розничной торговли» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг розничной торговли».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПКО-2	Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Управление результативностью маркетинга;	Преддипломная практика; Современный стратегический анализ; <i>Инновационное предпринимательство**</i> ; <i>Маркетинг в сфере услуг**</i> ;
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики;		Преддипломная практика; <i>Инновационное предпринимательство**</i> ; <i>Маркетинг в сфере услуг**</i> ;
ПКО-7	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности.		Преддипломная практика; <i>Управление маркетингом**</i> ; Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование; <i>Основы электронной коммерции**</i> ; Digital-маркетинг;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг розничной торговли» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	20		20
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	20		20
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	52		52
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Основные понятия маркетинга розничной торговли	1.1	Понятие и ключевые задачи маркетинга розничной торговли	СЗ
		1.2	Факторы успеха розничной торговли	СЗ
		1.3	Выбор месторасположения магазина	СЗ
Раздел 2	Мерчендайзинг	2.1	Внутренняя планировка магазина	СЗ
		2.2	Основные задачи мерчендайзинга.	СЗ
		2.3	Визуальный мерчендайзинг	СЗ
Раздел 3	Категорийный менеджмент	3.1	Управление ассортиментом в рознице.	СЗ
		3.2	Ассортиментная политика	СЗ
Раздел 4	Стимулирование сбыта	4.1	Виды стимулирования продаж. Основные средства стимулирования сбыта	СЗ
		4.2	Виды postm	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Аудитория 103
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Библиотека

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Управление продажами: Учебно-практическое пособие для бакалавров [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие для бакалавров / Авт.-сост. И.Н. Кузнецов. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. Режим доступа

2. Захарова Инна Владимировна.

Маркетинг в вопросах и решениях [Текст] : Учебное пособие / И.В. Захарова, Т.В.

Евстигнеева. - М. : КноРус, 2016. - 303 с. - ISBN 978-5-406-00452-4 : 0.00.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг торгового предприятия / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02068-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415048>

2. Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://lib.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934\(15.12.2018\)](http://lib.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934(15.12.2018)).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг розничной торговли».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг розничной торговли» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Ст.преподаватель кафедры
маркетинга

Должность, БУП

Подпись

Калыгина Валентина
Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
маркетинга

Должность БУП

Подпись

Зобов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой
маркетинга

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.