

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.9 Менеджмент в торговле

**Семестр: 8**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

## **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Менеджмент в торговле» относится к дисциплинам по выбору базовой вариативной части профессионального цикла Б.1 учебного плана подготовки бакалавров направления 38.03.02 *Менеджмент* профиль: «Менеджмент организации».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях полученных при изучении дисциплин: «Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)», «Управленческие отношения», «Менеджмент корпораций», «Менеджмент в некоммерческих организациях», «Менеджмент корпораций», «Менеджмент в социальной сфере», «Управление изменениями», «Исследование систем управления», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков»

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении в дальнейшем таких дисциплин как «Менеджмент в общественном питании», «Сравнительный менеджмент», «Преддипломная практика», «Государственная итоговая аттестация».

## **Цель и задачи дисциплины:**

Цель преподавания дисциплины «Менеджмент в торговле» – формирование у будущих бакалавров профессиональных компетенций для успешного решения профессиональных задач:

*в области организационно-управленческой деятельности:*

- участие в реализации корпоративной и функциональных стратегий;
- организация работы исполнителей конкретных проектов;
- стимулирование персонала при достижении стратегических и оперативных целей организации.

*в области информационно-аналитической деятельности:*

- сбор, обработка и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений и разработки бизнес-планов.

## **Содержание дисциплины**

Понятие «управление». Управление как потребность и фактор успеха в деятельности человека.

Менеджмент как тип управления: отличительные особенности, цели, задачи.

Менеджмент как наука, становление научные подходы, современные тенденции развития.

Менеджмент как вид профессиональной деятельности, содержание, функции менеджмента. Требования к менеджерам.

Цели и задачи изучения дисциплины «Менеджмент в торговле», критерии оценки уровня освоения.

Роль торговли в системе социально-экономических отношений. Функции и виды торговли. Тенденции развития торговли в современной России. Сетевой принцип развития розничной торговли.

Торговля и предпринимательство. Государственное регулирование внутренней торговли. Организационно-правовые формы функционирования субъектов хозяйствования в торговле.

Организация и предприятие в торговле как объекты управления, понятия, соотношение. Организация как открытая социально-экономическая система. Среда организации и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.

Менеджмент как процесс. Классификация функций управления. Общие и специальные функции менеджмента в сфере торговли. Связующие функции менеджмента.

Планирование как основополагающая функция в процессе менеджмента: сущность, значение, принципы, методы. Миссия и цели организации. Уровни и типы внутрифирменного планирования. Основы стратегического планирования. Значение и особенности бизнес-планирования в торговле.

Организация как функция менеджмента, делегирование, задачи, полномочия, ответственность. Виды полномочий. Понятие и организационная структура управления. Модели организационных структур управления в торговле. Регламентирование управленческой деятельности.

Мотивация как функция менеджмента, сущность, основные категории. Научные основы мотивации. Современные способы мотивации, принципы и условия эффективного применения в торговых организациях и предприятиях.

Контроль в управленческой деятельности, сущность, виды, этапы, пути повышения эффективности. Роль координации в процессе менеджмента.

Сущность и роль управленческих решений в деятельности организаций и предприятий. Виды решений, требования к ним. Управленческие решения как процесс, основные этапы, факторы влияющие на эффективность и качество управленческих решений.

Информационное обеспечение менеджмента в сфере торговли. Виды управленческой информации, требования к ней. Сущность и виды коммуникаций. Коммуникации как процесс, этапы, барьеры, способы преодоления. Основные направления совершенствования коммуникаций в торговых организациях и предприятиях.

Персонал организации как объект управления, структура и состав. Ключевые понятия кадрового менеджмента.

Концепции управления персоналом организации и кадровая политика в рыночных условиях. Системный подход к управлению персоналом. Основные направления и современные технологии в деятельности кадровой службы. Методы управления персоналом.

Трудовой кодекс РФ как правовая основа управления персоналом. Социальное партнерство и социальное развитие в торговых организациях.

Личность как субъект и объект управления в системе менеджмента. Социально-психологические свойства личности и эффективность профессиональной деятельности.

Групповая динамика в организации. Характеристики трудового коллектива как эффективной социальной группы. Структура коллектива. Команда как неформальная группа, особенности формирования и деятельности.

Сущность и значение лидерства в управлении коллективом. Стиль руководства. Основы и типы власти.

Организационная культура и лояльность персонала. Диагностика, оценка и мероприятия по укреплению.

**В результате освоения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие основополагающие компетенции:**

ПК-1 Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (*знает* научные социально-психологические основы и современные концепции взаимодействия людей в организации; роль и функции менеджмента в организации эффективной групповой работы; *умеет* направлять деятельность формальных и неформальных групп на достижение общих целей; осуществлять оптимальные управленческие действия в процессе мотивации персонала; *владеет* навыками анализа процессов групповой динамики в коллективе; оценки организационной культуры).

ПК-12 Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (*знает* сущность и значение коммуникаций в деятельности организаций, условия их эффективности; роль внешней среды в реализации стратегических целей субъектов хозяйствования; *умеет* диагностировать коммуникационные процессы в организации; организовывать эффективные внешние коммуникации, направленные на достижение целей деятельности организации; *владеет* навыками применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности; делового общения в социальных группах).

### **Образовательные технологии:**

В преподавании дисциплины «Менеджмент в торговле» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующей форме:

- *вводная лекция;*
- *лекция – дискуссия;*
- *проблемно-ориентированная лекция.*

Практические занятия по дисциплине «Менеджмент в торговле» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических на-

выков осуществления управленческой деятельности с применением интерактивных форм обучения:

- *case-study*;
- *выполнение творческих заданий*.

**Составитель:** Е.В. Малахов, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики