

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Бардирович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.07.2023 12:59:04
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f6289ac98813e502697764

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДЭ.03.02 ФРАНЧАЙЗИНГ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки

38.03.06- "Торговое дело"

Профиль подготовки

"Маркетинг"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная/очно-заочная

Год набора -2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 Фрайчайзинг в торговой деятельности относится к Элективные дисциплины (модули) 4 (ДЭ.4) вариативной части Блока 1 учебного плана основной образовательной программы подготовки бакалавров направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг», изучается в 7 семестре. Для освоения дисциплины «Международная торговля» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные на предыдущих семестрах.

1.2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Франчайзинг в торговой деятельности» является изучение теоретических основ и приобретение знаний и умений в области франчайзинга.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Достижение цели освоения дисциплины Менеджмент обеспечивается через формирование следующих компетенций (с указанием шифра компетенции): УК-1; ПК-2;

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	УК 1.1 Знать: - базовые естественнонаучные категории и концепции; УК 1.2 - понятийным аппаратом, навыками научного анализа и методологией научного подхода в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения умений и знаний; УК 1.3 - специфику научного знания, его отличия от религиозного, художественного и обыденного знания; главные этапы развития науки; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; УК 1.4 - основные способы математической обработки информации. УК 1.5 Уметь: - применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности; УК 1.6 - приобретать систематические знания в выбранной области науки, анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий; УК 1.7 - применять математические знания в учебной и профессиональной деятельности. УК 1.8 Владеть: - естественнонаучным языком; УК 1.9 - различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.	Знает: - базовые естественнонаучные категории и концепции; Умеет: - применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности; - приобретать систематические знания в выбранной области науки, анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий; Владеет: - естественнонаучным языком; - различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.

ПК-2 способностью изучать потребности покупателей, анализировать и прогнозировать товарные рынки.	ПК 2.1 Знать способы выявления потребностей покупателей и приемы маркетинговых коммуникаций; ПК 2.2 Знать виды спроса, структуры рынков и конкурентной среды отрасли, факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка; ПК 2.3 Уметь выявлять потребности покупателей с помощью маркетинговых коммуникаций; ПК 2.4 Уметь анализировать и прогнозировать спрос потребителей, оценивать проявление факторов внешней среды, проводить анализ конъюнктуры товарных рынков; ПК 2.5 Владеть методикой анализа потребительского поведения покупателей; ПК 2.6 Владеть методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, технологиями анализа и оценки внешней среды функционирования организаций, анализа конъюнктуры товарных рынков.	Знать способы выявления потребностей покупателей и приемы маркетинговых коммуникаций; Знать виды спроса, структуры рынков и конкурентной среды отрасли, факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка; Уметь выявлять потребности покупателей с помощью маркетинговых коммуникаций; Уметь анализировать и прогнозировать спрос потребителей, оценивать проявление факторов внешней среды, проводить анализ конъюнктуры товарных рынков; Владеть методикой анализа потребительского поведения покупателей; Владеть методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, технологиями анализа и оценки внешней среды функционирования организаций, анализа конъюнктуры товарных рынков.
---	--	--

1.4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины Менеджмент (Общепрофессиональный модуль) составляет 108\3 з.е. (академ. часов)

Таблица 2

	Количество академических	
	очно	очно-заочно
4.1. Объем контактной работы обучающихся с преподавателем	48+60	32+76
4.1.1. аудиторная работа	48	32
в том числе:		
лекции	16	16
практические занятия, семинары, в том числе практическая подготовка	32	16
лабораторные занятия		
4.1.2. внеаудиторная работа		
в том числе:		
индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
курсовое проектирование/работа		
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем		
4.2. Объем самостоятельной работы обучающихся	60	76
в том числе часов, выделенных на подготовку к зачету		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Тематическое планирование дисциплины (модуля):

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад. часах		Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)							
				Лекции		Практ. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа	
		Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно	Очно	Очно-заочно
1	Экономическая сущность	14	14	2	2	4	2			8	10
2	Теоретические основы франчайзинга	14	14	2	2	4	2			8	10
3	Организация и управление взаимоотношениями во франчайзинговой модели организации бизнеса в торговле (ЖТЦ)	14	14	2	2	4	2			8	10
4	Организация функционирования франчайзинговой модели ведения бизнеса в торговле	14	14	2	2	4	2			8	10
5	Оценка сотрудничества участников франчайзинга	14	14	2	2	4	2			8	10
6	Формирование франчайзинговой системы бизнеса в торговле	14	14	2	2	4	2			8	10
7	Организация франчайзинговой сети магазинов розничной торговли	14	14	2	2	4	2			8	10
8	Организационные аспекты франчайзинга	10	10	2	2	4	2			4	6
	<i>Курсовое проектирование/работа</i>										
	<i>Подготовка к экзамену (зачету)</i>										
	Итого:	108	108	16	16	32	16			60	76

2.2. Содержание разделов дисциплины (модуля):

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы) (для педагогических профилей наполняется с учетом ФГОС основного общего и среднего общего)
1.	Экономическая сущность франчайзинга	Сущность Экономическая сущность франчайзинга Экономическая сущность франчайзинга как самостоятельная область знаний. Основные категории Экономическая сущность франчайзинга Принципы. Экономическая сущность франчайзинга Закономерности менеджмента. Модели менеджмента и их характеристика (американская, японская, западноевропейская).
2.	Теоретические основы франчайзинга	Сущность Теоретические основы франчайзинга Экономическая сущность франчайзинга как самостоятельная область знаний. Основные категории Экономическая сущность франчайзинга Принципы. Экономическая сущность франчайзинга Закономерности менеджмента. Модели менеджмента и их характеристика (американская, японская, западноевропейская)

3.	Организация и управление взаимоотношениями во франчайзинговой модели организации бизнеса в торговле (ЖТЦ)	Понятия и сущность Организация и управление взаимоотношениями во франчайзинговой модели организации бизнеса в торговле (ЖТЦ)
4.	Организация функционирования франчайзинговой модели ведения бизнеса в торговле	Планирование как стадия процесса управления: постановка целей, прогнозирование, стратегическое и текущее планирование. Основные составляющие функции организации. Роль координации в управленческом процессе. Коммуникации в управленческом процессе. Первоначальные концепции мотивации. Основные направления эволюции современных теорий мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Роль функции контроля в процессе управления. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Этапы процесса контроля и его эффективность. Специфика контроля и контроллинга
5.	Оценка сотрудничества участников франчайзинга	Классификация и мотивационная направленность различных методов. Управления. Организационно-распорядительные методы управления. Экономические методы управления и их развитие в условиях перехода к рыночным отношениям. Социально-психологические методы управления и их роль на современном этапе
6.	Формирование франчайзинговой системы бизнеса в торговле	Классификация управленческих решений и их роль в процессе управления. Этапы процесса принятия решения. Моделирование в принятии решений. Ошибки при принятии управленческих решений и способы их устранения
7.	Организация франчайзинговой сети магазинов розничной торговли	Формальные и неформальные группы и организации, и их характеристика. Проблемы управления неформальной организацией. Общая характеристика теорий и подходов к лидерству.
8.	Организационные аспекты франчайзинга	Формальные и неформальные группы и организации, и их характеристика. Проблемы управления неформальной организацией. Общая характеристика теорий и подходов к лидерству.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Экономическая сущность франчайзинга	Подготовка реферата
2.	Теоретические основы франчайзинга	Подготовить презентацию
3.	Организация и управление взаимоотношениями во франчайзинговой модели организации бизнеса в торговле (ЖТЦ)	Написать доклад
4.	Организация функционирования франчайзинговой модели ведения бизнеса в торговле	Подготовка реферата
5.	Оценка сотрудничества участников франчайзинга	Подготовить презентацию
6.	Формирование франчайзинговой системы бизнеса в торговле	Написать доклад
7.	Организация франчайзинговой сети магазинов розничной торговли	Подготовка реферата
8.	Организационные аспекты франчайзинга	Подготовить презентацию

3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная и дополнительная литература

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, обеспеченных указанной литературой	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD, DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой, (%) (5 стр./4 стр./100%)
		Ауд./Самост.				
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература	Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики : учебник для вузов / Н. И. Лапин, В. В. Карачаровский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 350 с.	48/60	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517762	100%
	Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с.	48/60	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532051	100%
	Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 553 с.	48/60	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520114	100%
Дополнительная литература	Коротков, Э. М. Антикризисное управление : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 406 с.	48/60	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510543	100%
	Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / С. В. Мальцева ; ответственный редактор С. В. Мальцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 527 с.	48/60	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510861	

3.1.2. Интернет-ресурсы

1. Цифровой образовательный ресурс «IPR SMART». <https://www.iprbookshop.ru>
 2. Образовательная платформа «Юрайт». <https://urait.ru/>
 3. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
 4. МЭБ (межвузовская электронная библиотека) НППУ. <https://icdlib.nspu.ru/>
 5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU. <https://www.elibrary.ru/>
 6. СПС «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>
- Открытый ресурс**
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/catalog/>
 8. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <https://cyberleninka.ru/>

3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитория для проведения лекционных занятий		
Лекционная аудитория - ауд. 4-04	Аудиторная доска, мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест, компьютер - 1, проектор -1, интерактивная доска - 1	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой 33
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный класс - ауд. 5-02	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза, технические средства для отображения мультимедийной или текстовой информации: мультимедиа проектор, экран, акустическая система. Мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест.	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Аудитория для практических занятий - ауд.3-01	Аудиторная доска, мебель (столы ученические, стулья ученические) на 30 посадочных мест, компьютер - 1, проектор -1, интерактивная доска - 1	г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест - 50.	Электронный читальный зал. этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований и т.д.

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Введение в менеджмент.	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная	1-й рубежный

2.	История менеджмента	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная	1-й рубежный
3.	Организация как система управления	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная проверка	1-й рубежный контроль
4.	Функции менеджмента	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная	1-й рубежный
5.	Методы управления	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная	2-й рубежный
6.	Процесс принятия управленческих решений	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
7.	Групповая динамика. Основные теории лидерства	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
8.	Организационные аспекты франчайзинга	УК-1; ПК-6; ПК-9	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
	<i>Курсовая работа (проект)</i>	x	x	x
	<i>Учебная практика</i>	x	x	x
	<i>Производственная практика</i>	x	x	x

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

7.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации 1 семестр, письменная форма проведения промежуточной аттестации.

1 аттестация УК-1; ПК-6; ПК-9

1. Понятия франчайзинга: «франшиза» и «франчайзинговая система».
2. Содержание франчайзинга и форм франчайзинговых отношений.
3. Формы франчайзинга: региональный франчайзинг и субфранчайзинг.
4. Объект франчайзинга: франшиза.
5. Объекты франчайзинга, их признаки.
6. Субъекты франчайзинга: франчайзер, франчайзинг.
7. Виды франчайзинга: сбытовой, товарный, промышленный, деловой франчайзинг.
8. Классификация франчайзинга по критериям: профиль экономической деятельности, уровню посредничества, степени участия партнера в уставном капитале.

2 аттестация УК-1; ПК-6; ПК-9

1. Управление взаимоотношениями как фактор повышения эффективности франчайзинговой системы.
2. Механизм управления взаимоотношениями с потребителями.
3. Схема отношений в системе франчайзинга.
4. Основные правила установления отношений в ведении дел в условиях франчайзинга.
5. Основные обязанности франчайзера и франчайзи.
6. Комплекс обязательных и дополнительных услуг, оказываемых франчайзером.
7. Обязанности франчайзи, основные виды нарушений правил франчайзинговой системы.

Вопросы к зачету по дисциплине «Франчайзинг в торговой деятельности»

1. Франчайзинговая система: понятие и характерные черты.
2. История развития франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
3. Основные субъекты франчайзинговой системы: франчайзер и франчайзи, их права и

обязанности.

4. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для франчайзера и франчайзи.
5. Характеристика элементов инфраструктуры франчайзинговой системы.
6. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от профиля экономической деятельности.
7. Франчайзинг «бизнес — формата»: понятие и основные черты.
8. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от типа и степени участия партнеров в системе.
9. Франчайзинговые платежи: понятие и основные виды.
10. Принципы построения франчайзинговой системы.
11. Основные этапы построения франчайзинговой системы.
12. Этапы разработки франшизы на предприятии, основные требования к ее содержанию.
13. Методы продвижения франшизы.
14. Требования к потенциальному франчайзингу: финансовые и психологические.
15. Методика подготовки к первым переговорам с франчайзером.
16. Анализ типичных вопросов франчайзера к потенциальным франчайзи.
17. Порядок регулирования франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
18. Понятие договора коммерческой концессии, его основные элементы.
19. Основные отличия франчайзингового и лицензионного договоров.
20. Права и обязанности сторон по договору франчайзинга.
21. Контроль деятельности франчайзинга.
22. Виды аудита деятельности франчайзинга.
23. Мотивация деятельности франчайзинг.
24. Факторы, препятствующие становлению франчайзинга на российском рынке.
25. Стадии развития франчайзинговых отношений и их отражение в договоре.
26. Направления развития франчайзинга в сфере услуг.
27. Особенности развития франчайзинга в регионах России.
28. Характеристика малобюджетных франшиз в России и за рубежом.
29. Стадии развития франчайзинговых систем. Управление продажами франшиз на стадии внедрения, роста и зрелости франчайзинговой системы.
30. Характеристика комплекса маркетинга франшиз. Сотрудничество правообладателя и пользователя в маркетинговой деятельности. Основные каналы продвижения франшизы на рынок.
31. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления
32. Критерии оценки сотрудничества между субъектами франчайзинговой системы: компетентность, мощность, финансовая устойчивость, коммуникационная политика, система контроля.
33. Методы контроля деятельности пользователей франшизы. Проведение мероприятий «таинственный покупатель».

Критерии оценивания результатов тестирования

Таблица 9

Уровень освоения	Критерии	Баллы
<i>Максимальный уровень</i>	Зачтено выставляется по следующим параметрам: присутствие на лекциях (не менее 70 %), работа на семинарских занятиях (выступить с сообщением не менее трех раз, принимать участие в дискуссиях), выполнение самостоятельной работы и дидактических тестов по темам разделов дисциплины.	5
<i>Средний уровень</i>	Зачтено выставляется по следующим параметрам: присутствие на лекциях (не менее 50 %), работа на семинарских занятиях (выступить с сообщением не менее трех раз, принимать участие в дискуссиях), выполнение самостоятельной работы и дидактических тестов по темам разделов дисциплины	3
<i>Минимальный уровень</i>	Не зачтено - студент не посещает лекции, семинарские занятия, не выполняет своевременно самостоятельную работу, дидактические	0


	тесты по разделам, не ответил на вопросы зачетного теста (выполнил правильно менее 75 % заданий)	
--	--	--

Обязательным условием допуска студента к итоговой аттестации является удовлетворительное или успешное прохождение промежуточной аттестации в течение семестра.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №

Автор (ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

Ст. преподаватель  К.Х. Ильясова

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки  Т.А. Арсағириева

Оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Франчайзинг в торговой деятельности
Направление подготовки
38.03.06 - ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Профили подготовки «Маркетинг»
Форма обучения: очная и очно-заочная
Год приема: 2023

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр - 7

Форма аттестации – зачет.

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1. Вопросы к зачету по дисциплине «Франчайзинг в торговой деятельности»

1. Франчайзинговая система: понятие и характерные черты.
2. История развития франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
3. Основные субъекты франчайзинговой системы: франчайзер и франчайзи, их права и обязанности.
4. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для франчайзера и франчайзи.
5. Характеристика элементов инфраструктуры франчайзинговой системы.
6. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от профиля экономической деятельности.
7. Франчайзинг «бизнес — формата»: понятие и основные черты.
8. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от типа и степени участия партнеров в системе.
9. Франчайзинговые платежи: понятие и основные виды.
10. Принципы построения франчайзинговой системы.
11. Основные этапы построения франчайзинговой системы.
12. Этапы разработки франшизы на предприятии, основные требования к ее содержанию.
13. Методы продвижения франшизы.
14. Требования к потенциальному франчайзингу: финансовые и психологические.
15. Методика подготовки к первым переговорам с франчайзером.
16. Анализ типичных вопросов франчайзера к потенциальным франчайзи.
17. Порядок регулирования франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
18. Понятие договора коммерческой концессии, его основные элементы.
19. Основные отличия франчайзингового и лицензионного договоров.
20. Права и обязанности сторон по договору франчайзинга.
21. Контроль деятельности франчайзинга.
22. Виды аудита деятельности франчайзинга.
23. Мотивация деятельности франчайзинг.
24. Факторы, препятствующие становлению франчайзинга на российском рынке.
25. Стадии развития франчайзинговых отношений и их отражение в договоре.
26. Направления развития франчайзинга в сфере услуг.
27. Особенности развития франчайзинга в регионах России.
28. Характеристика малобюджетных франшиз в России и за рубежом.
29. Стадии развития франчайзинговых систем. Управление продажами франшиз на стадии внедрения, роста и зрелости франчайзинговой системы.
30. Характеристика комплекса маркетинга франшиз. Сотрудничество правообладателя и

пользователя в маркетинговой деятельности. Основные каналы продвижения франшизы на рынок.

31. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления

32. Критерии оценки сотрудничества между субъектами франчайзинговой системы: компетентность, мощность, финансовая устойчивость, коммуникационная политика, система контроля.

33. Методы контроля деятельности пользователей франшизы. Проведение мероприятий «таинственный покупатель».

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная): билеты на зачете не предусмотрены.

3. Критерии и шкала оценивания устного ответа обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.
2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

Таблица 10

№ п/п	Характеристика ответа	Баллы
1.	Ответ на поставленный вопрос правильный, полный (исчерпывающий) с пояснениями и примерами.	13-15
2.	Ответ на поставленный вопрос правильный и полный, в формулировках имеют место неточности, не приведены пояснения и (или) примеры.	10-12
3	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место ошибки.	7-9
4.	Ответ на поставленный вопрос не полный, в формулировках имеют место существенные ошибки и неоднозначность.	6 и менее

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 11

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Таблица 12

Критерии и шкала оценивания сформированности компетенций				
Код и наименование компетенции	«Отлично»	«Хорошо»	«Удовлетворительно»	Неудовлетворительно
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных	Знает: - в полном объеме современные источники информации по дисциплине; - способностью изучать потребности покупателей, анализировать и прогнозировать товарные рынки;	Знает: - современные источники информации по дисциплине; - потребности покупателей, анализировать и прогнозировать товарные рынки; Умеет:	Знает: - в основном современные источники информации по дисциплине; - системный подход для решения поставленных задач; Умеет: - в основном	Не знает: - современные источники информации по дисциплине; - изучать потребности покупателей, анализировать и прогнозировать товарные рынки;

задач; ПК-2 способностью изучать потребности покупателей, анализировать и прогнозировать товарные рынки;	Умеет: - свободно может со поставлять источники информации по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, - свободно формирует собственное суждение и оценку информации ; - анализировать и прогнозировать товарные рынки; Владеет: -свободно владеет навыками поиска информации; - способностью изучать потребности покупателей.	- сопоставлять источники информации по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, формирует собственное суждение и оценку информации; - анализировать и прогнозировать товарные рынки; Владеет: навыками поиска информации; - способностью изучать потребности покупателей.	сопоставлять источники информации по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, в целом формирует собственное суждение и оценку информации; - анализировать и прогнозировать товарные рынки; Владеет: в основном навыками поиска информации; - анализировать и прогнозировать товарные рынки;	Не умеет: сопоставлять источники информации по дисциплине с целью выявления достоверных суждений, формирует собственное суждение и оценку информации; - анализировать и прогнозировать товарные рынки; Не владеет: навыками поиска информации
--	---	---	--	---

5. Рейтинг-план изучения дисциплины

Таблица 13

I	БАЗОВАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ			
	Виды контрол я	Контрольные мероприятия	Мин. кол-во баллов на занятиях	Макс. кол-во баллов на занятиях
Текущи й контрол ь № 1	Экономическая сущность франчайзинга		0	10
	Теоретические основы франчайзинга			
Текущи й контрол ь № 2	Организация и управление взаимоотношениями во франчайзинговой модели организации бизнеса в торговле (ЖТЦ)		0	10
	Организация функционирования франчайзинговой модели ведения бизнеса в торговле			
Рубежный контроль: контрольная работа №1 (Темы 1-4)			0	10
Текущи й контрол ь №3	Методы управления		0	10
	Процесс принятия управленческих решений		0	
	Групповая динамика. Основные теории лидерства			
Текущи й контрол ь №4	Организационные аспекты франчайзинга		0	10
	Рубежный контроль: контрольная работа №2 (Темы 4-7)			0
			Мин 36	

Допуск к промежуточной аттестации			
II	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ	Мин.	Макс.
1	Поощрительные баллы	0-10	10
	Подготовка доклада с презентацией по дисциплине	0-1	1
	Посещаемость лекций (100%)	0-2	2
	Участие в работе круглого стола, студенческой конференции	0-2	2
	Соц.-личностный рейтинг	0-3	3
	Участие в общественной, культурно-массовой и спортивной работе	0-2	2
2	Штрафные баллы	0-3	3
	Пропуск учебных лекций	за пропуск лекции снимается балльная стоимость лекции (2:8=0,25)	0,25 x N (N – количество пропущенных лекций)
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №1	минус 5% от максимального балла	- 0,5
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №2	минус 5% от максимального балла	- 0,5
III	ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ	0-30	30
Форма итогового контроля:	Зачет (экзамен)	0-30	30
ИТОГО БАЛЛОВ ЗА СЕМЕСТР:		0-100	

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ
_____ ФРАНЧАЙЗИНГ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ _____**

(наименование дисциплины / модуля)

Направление подготовки Торговое дело

Профили Маркетинг

(год набора 2023, форма обучения очная/очно-заочная)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины Менеджмент / модуля «Общепрофессиональный модуль» вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений