

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ОД.2 Организация торговой деятельности

Семестр 3,4

Количество часов: 360

Количество зачетных единиц: 10

Промежуточная аттестация: экзамен

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело, профиль «Коммерция».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Управление закупками и поставками», «Технологии исследования товарных рынков», «Экономика организации», «Маркетинг», «Организация, технология и проектирование предприятий».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Технологии продаж», «Транспортное обеспечение коммерческой деятельности», «Управление закупками и поставками», «Организация коммерческой деятельности в торговых сетях».

Цель и задачи освоения дисциплины

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности (в соответствии с ФГОС, п.4.4):

- в области организационно-управленческой деятельности:

сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;

изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления; соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;

выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;

управление ассортиментом и качеством товаров и услуг; организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и

продажи (сбыта) товаров; обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;

управление товарными запасами и их оптимизация; анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);

организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной).

- в области научно-исследовательской деятельности: организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками; участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Содержание дисциплины: Особенности развития торговли на современном этапе. Организация торгового предприятия. Планирование деятельности торгового предприятия. Финансовое и материально-техническое обеспечение деятельности торгового предприятия. Функции и классификация оптовых торговых организаций (предприятий). Структура коммерческой службы. Инфраструктура оптового рынка. Аукционная торговля. Торгово-посредническая деятельность на товарном рынке. Организация хозяйственных связей в торговле. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров. Формирование товарного ассортимента и управление товарными запасами в оптовых торговых организациях (предприятиях). Организация оптовой продажи товаров. Функции и классификация розничных торговых организаций (предприятий). Структурное построение коммерческой службы. Управление торгово-технологическим процессом розничной торговой организации (предприятия). Управление ассортиментом товаров в розничных торговых организациях (предприятиях). Организация продажи товаров в розничных торговых организациях (предприятиях). Организация торгового обслуживания покупателей в розничных торговых организациях (предприятиях).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) и профильными (ПрК) компетенциями:

ПК-6 - способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

ПК-8 - готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

ПрК-1 - способностью разрабатывать новые методы продаж и продвижения товаров на рынок

ПрК-5 - способностью формировать направления развития товарного ассортимента организации

ПрК-6 - готовностью исследовать результаты продаж и качества обслуживания покупателей, разрабатывать мероприятия по повышению качества торгового процесса

Образовательные технологии:

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием дисциплины; при подготовке к аудиторным занятиям и выполнении заданий самостоятельной работы следует руководствоваться методическими указаниями.

Обучение по дисциплине предполагает аудиторные занятия и самостоятельную работу. Аудиторные занятия проводятся в виде:

1) лекций, предусматривающих передачу учебной информации преподавателем обучающимся;

2) практических занятий (семинаров, практикумов, лабораторных занятий), обеспечивающих закрепление полученного знания, отработку планируемых навыков и получения опыта деятельности, способствующих формированию компетенций.

Лекция является важным источником информации, так как новый учебный материал не всегда находит отражение в учебниках, отдельные темы учебника

могут быть трудны для самостоятельного изучения и требуют освоения в контакте с преподавателем. В вузовском обучении в условиях стационара лекция является основной формой учебных занятий. Чтение лекций поручается обычно самым опытным и теоретически подготовленным ученым - профессорам и доцентам, докторам и кандидатам наук.

Лекция помогает ему выбрать правильный, наиболее рациональный путь в своей самостоятельной учебе. Отсюда вытекают и ее функции: информационная, знакомит с отдельной проблемой, раскрывает особенности конкретной темы.

Составитель: Н.Е. Петрова, кафедра коммерческого товароведения