

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ОД.12 Организация коммерческой деятельности в торговых сетях

Семестр: 8

Количество часов: 144

Количество зачетных единиц: 4

Промежуточная аттестация: экзамен

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий» относится к базовой части учебного плана.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Экономика организации», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Теоретические основы товароведения».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: "Технологии продаж", "Мерчендайзинг", "Стратегическое развитие розничной торговли".

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины "Организация коммерческой деятельности в торговых сетях" является овладение студентами системой практико-ориентированных, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг на удовлетворение спроса покупателей и получения прибыли в сетевой торговле.

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

в 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: Введение в сетевую торговлю. Типы и форматы розничных торговых сетей. Развитие торговых сетей в России и за рубежом. Организация управления коммерческой деятельностью в торговых сетях. Организация работы с поставщиками. Управление ассортиментом товаров в торговых сетях. Особенности коммерческой работы с покупателями товаров в торговых сетях. Торговые марки и бренды в сетевой торговле. Эффективность коммерческой деятельности в торговых сетях.

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

ОПК-3 - умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ПК-7 - способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПрК-2 - способностью проводить научные исследования в области планирования выхода на новые рынки и разрабатывать бизнес-планы;

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: И.И. Лиценберг, кафедра коммерческого товароведения