

Аннотация
рабочей программы дисциплины
Организация, технология и проектирование предприятий

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность: «Коммерция»

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 5 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Год набора 2019

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Организация, технология и проектирование предприятий» относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело» («Коммерция»).

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Экономическое прогнозирование», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Методология научного исследования».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Технологии продаж», «Международная торговля», «Технологии исследования товарных рынков» и др.

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Основы организации и технологии процесса товародвижения
2. Научно-технический прогресс в торговле
3. Товарные склады оптовых предприятий, их устройство и проектирование
4. Организация и технология складских операций
5. Тара и тарные операции в торговле
6. Товароснабжение розничных торговых предприятий
7. Розничная торговая сеть
8. Устройство и планировка магазинов
9. Торгово-технологические процессы в магазине
10. Внемагазинные формы продажи товаров
11. Управление торгово-технологическими процессами и организацией труда в магазине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);

способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией; ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения