

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Технологии сервиса в торговле**

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль): «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»

Год начала подготовки 2019

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Технологии сервиса в торговле» относится к вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 Товароведение, является дисциплиной по выбору обучающимся.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Маркетинг», Практики по получению первичных профессиональных умений и навыков. Упаковка и хранение товаров, Технология складского хозяйства.

Освоение дисциплины необходимо как способствующее изучению дисциплин: «Мерчендайзинг», «Организационно-управленческая деятельность торговых предприятий», «Логистика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Защита выпускной квалификационной работы».

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Теоретические основы управления сервисом.
2. Сервис в торговой деятельности предприятия.
3. Услуги, предоставляемые субъектами торговли.
4. Управление качеством услуг.
5. Сертификация услуг розничной торговли.
6. Искусство торговать – основная сущность и целесообразность мерчендайзинга.
7. Мерчендайзинг в розничной торговле: планировка торгового зала.
8. Выкладка товаров, основные принципы и правила показа товаров.
9. Атмосфера магазина: звуковые и визуальные компоненты.
10. Методология торгового обслуживания в разных типах предприятий розничной торговли.
11. Этика и этикет в торговле.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-14 - способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь.

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения

