

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН ПО ДПП ПП ПРОФИЛЬ «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

Психология

Цель дисциплины сформировать у слушателей представление о роли психологических компонентов когнитивного, эмоционального и поведенческого воздействия для достижения требуемых результатов в профессиональной сфере

Задачи:

- изучить основные психические процессы, свойства и состояния;
- познакомить с основными функциями человеческой психики и закономерностями функционирования центральной нервной системы;
- проанализировать роль психологических факторов в формировании образа мира;
- способствовать формированию знаний об основных средствах подачи информации, о психологии текста, цвета, света и формы;
- научить прогнозировать возможные психологические последствия организационной коммуникации;
- расширить круг представлений бакалавров об управлении и организации работы фирм и организаций.

Требования к результатам освоения дисциплины:

По итогам изучения дисциплины слушатель должен **знать:**

- основные категории и понятия психологической науки;
- место психологии в системе наук и их основных отраслях;
- значимые функции психики, особенности современных тенденций психологической науки;
- исследования, посвященные роли сознания и бессознательного в регуляции поведения;
- основы мотивации и психической регуляции поведения и деятельности.

Уметь:

- формулировать основные законы и тезисы научной психологии в рамках, определенных государственным стандартом и рабочей программой курса;
- использовать представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности.

Владеть:

- навыками формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам психологии

Мерчандайзинг

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель: Освоение слушателями современных технологий, приемов и методов мерчандайзинга.

Задачи: формирование ассортиментной политики; наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным

сопровождением и формированием ситуаций в торговом зале; создание благоприятной атмосферы магазина; содействие продажам товаров и их марок; разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров; разработка и применение средств и методов мерчандайзинга для продвижения от дельных товаров или их комплексов.

Требования к результатам освоения дисциплины:

По итогам изучения дисциплины слушатель должен

знать:

сущность и содержание основных понятий и категорий дисциплины; основные формы организации и управления мерчандайзингом на предприятии; основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга; приемы создания благоприятной атмосферы в торговом зале; эффективные схемы расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей; специфику разработки маркетинговых решений и планов в местах продаж на основе моделей потребительского поведения; особенности поведения потребителей в местах продажи; мерчандайзинговые подходы к управлению поведением посетителей на основе восприятия и ощущений.

Уметь:

– формулировать цели мерчандайзинга с учетом факторов как внутренней, так и внешней среды; применять средства и методы мерчандайзинга для продвижения товарного ассортимента и отдельных продуктов; использовать инструменты Мерчандайзинга в процессе выкладки товаров; эффективно распределять торговое пространство магазина; оценивать эффективность расположения товаров; разрабатывать оптимальную и обоснованную бизнес-стратегию в пунктах продаж; изучать зарубежный опыт и внедрять новые формы и методы организации торгово-технологического процесса в местах продаж.

Владеть: знаниями по сопоставлению инструментария мерчандайзинга с общетеоретическим и практическим инструментарием маркетинга; навыками создания благоприятных условий в торговом помещении для совершения покупок и увеличения продаж; навыками формирования торгового пространства; навыками распределения товаров в торговом зале торгового предприятия; навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей; навыками анализа маркетинговой информации.

Основы менеджмента

Цель дисциплины совершенствование знаний в области системы менеджмента и приобретение навыков эффективного применения их на практике.

Задачи:

- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

Знать:

- основные бизнес-процессы организации;
- основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;
- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;

- роль и место управления и его связь со стратегическими задачами организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- оценивать положение организации на рынке труда разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.

Владеть навыками::

- навыками разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.
- Навыками разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- Навыками ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций.

Торговое дело

Формирование у слушателей теоретических знаний и целостного представления об основах, принципах и методах торгового дела.

Задачи: определение экономического содержания торговли в системе общественного воспроизводства, ее границы и связь с другими видами деятельности; раскрытие организационной структуры торговли; изучение современного состояния, экономических проблем и перспектив развития торговли;

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: основные закономерности функционирования торговой организации и факторы, влияющие на ее развитие; основные понятия, цели, задачи и принципы функционирования торговых организаций на потребительском рынке; методы анализа и оценки экономической эффективности использования ресурсов торгового предприятия; основные этапы и закономерности развития торговли в России; основные нормативно-правовые акты в сфере торговли.

Уметь: проводить деловые переговоры при решении профессиональных задач; планировать и прогнозировать организационно-управленческую деятельность на основе концепции развития потребительского рынка, отраслевых программ и подпрограмм; ставить цели и формулировать задачи, определять стратегию и тактику поведения предприятия в рыночной среде; анализировать основные показатели коммерческой деятельности в сфере торговли.

Владеть: навыками контроля выполнения договорных обязательств в коммерческой деятельности; основными методами исследования факторов организационного поведения; методами внешнего и внутреннего аудита торгового предприятия; методами принятия стратегических и тактических решений.

Товароведение недовольственных товаров

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины установление основополагающих характеристик товаров, составляющих их потребительскую стоимость.

Задачи: четкое определение основополагающих характеристик товаров; установление принципов и методов товароведения обуславливающих его научные основы; систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования; изучение свойств и показателей ассортимента для последующего анализа и принятия управленческих решений по ассортименту; оценка качества товаров, выявление градаций качества и дефектов, возникающих в товарах; информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: основные методы сбора, хранения и обработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; виды, формы, средства товарной информации; основные методики оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; общую и частную классификацию потребительских товаров; факторы, формирующие и сохраняющие качество и степень их влияния на различные ассортиментные группы товаров; приемку и учет товаров по количеству и качеству; современные методы экспертизы и контроля качества; теоретические основы в области материаловедения.

Уметь:

обрабатывать информацию, необходимую для организации и управления профессиональной деятельностью; проводить оценку информации, необходимую для организации и управления профессиональной деятельностью; определять критерии качества товаров в соответствии с нормативно-технической документацией; эффективно осуществлять контроль качества товаров; соблюдать правила хранения и реализации потребительских товаров; получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товаров из маркировки и товаро-сопроводительных документов; использовать ассортиментные, квалитетические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, формирующие качество товаров; факторы, сохраняющие качество товаров.

Владеть:

навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; навыками оценки влияния дефектов на потребительскую стоимость товаров; основами технологии производства потребительских товаров; методами исследования свойств потребительских товаров; методами контроля качества потребительских товаров в процессе хранения, транспортировки, реализации; навыками документационного и информационного обеспечения товароведной деятельности; навыками работы с товарами разного назначения.

Рекламная деятельность в торговле

2. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины Формирование знаний и умений по применению рекламы в коммерческой деятельности

Задачи: сущность, цели, задачи и функции рекламы; методики оценки эффективности рекламной деятельности; определять и обосновывать применение различных видов рекламы и ее носителей; составлять медиаплан рекламной кампании; рассчитывать бюджет и эффективность рекламной кампании.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: базовые понятия и принципы правового регулирования в рекламной сфере; сущность, цели, задачи и функции рекламы; методики оценки эффективности рекламной деятельности.

Уметь: определять и обосновывать применение различных видов рекламы и ее носителей; составлять медиа-план рекламной кампании, использовать техническую документацию в рекламной деятельности; рассчитывать бюджет рекламной кампании.

Владеть: навыками анализа и планирования рекламы на предприятии; навыками разработки рекламной идеи; навыками оценки эффективности рекламных кампаний.

Организация торговой деятельности

3. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины совершенствование и повышение эффективности торговой деятельности предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднической сферы.

Задачи: формирование знаний и практических навыков рациональной организации торговых процессов, умения управлять ими; приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации и управления торговыми процессами; освоение новых подходов к созданию современных интегрированных торговых систем.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: процессы хранения, инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов; основные принципы и методы торгового обслуживания потребителей; способы и приемы продажи товаров торговыми предприятиями разных видов и типов; основы управления торгово-технологическими процессами на предприятии.

Уметь: формировать ассортимент товаров с учетом требований потребителей; организовывать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров; осуществлять анализ, планирование, организацию торговой деятельности, прогнозировать ее результаты.

Владеть: способами формирования и управления ассортиментом товаров технологией обслуживания потребителей; технологией обслуживания потребителей; способностью организовывать управление торгово-технологическими процессами на предприятии; способностью регулировать процессы хранения, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов.

Поведение потребителей

4. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины Приобретение знаний и умений в области мотивации потребительского поведения.

Задачи: сформировать представление о современных концепциях, подходах и методах управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг и идей в условиях глобализации; дать понятия механизмов формирования поведения потребителей с целью его дальнейшего использования в решении проблем торговых предприятий; изучить внешние и внутренние факторы потребительского поведения и показать возможность их использования для влияния на процесс принятия потребителями решения о покупке.

Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

Слушатель должен:

Знать: экономические мотивы поведения потребителей; содержание этапов процесса принятия решения о покупке; внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей; основы деловых переговоров и коммуникации с потребителями.

Уметь: правильно определять факторы влияния для выделенного типа потребителя; сегментировать рынок по социально-демографическим параметрам потребителей; применять на практике полученные теоретические знания об особенностях организационного покупательского поведения; применять методы деловых переговоров в работе с потребителями.

Владеть: навыками анализа поведения потребителей; навыками выявления потребностей клиентов, ведения переговоров; навыками заключения сделок при работе с потребителями.

Товароведение продовольственных товаров

1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины

Приобретение теоретических знаний, практического умения и навыков в области изучения основополагающих характеристик товаров различных ассортиментных групп

Задачи: четкое определение основополагающих характеристик товаров; установление принципов и методов товароведения обуславливающих его научные основы; систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования; изучение свойств и показателей ассортимента для последующего анализа и принятия управленческих решений по ассортименту; оценка качества товаров, выявление градаций качества и дефектов, возникающих в товарах; информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: основные методы сбора, хранения и обработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; виды, формы, средства товарной информации; основные методики оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; общую и частную классификацию потребительских товаров; факторы, формирующие и сохраняющие качество и степень их влияния на различные ассортиментные группы товаров; приемку и учет товаров по количеству и качеству; современные методы экспертизы и контроля качества; теоретические основы в области материаловедения.

Уметь:

обрабатывать информацию, необходимую для организации и управления профессиональной деятельностью; проводить оценку информации, необходимую для организации и управления профессиональной деятельностью; определять критерии качества товаров в соответствии с нормативно-технической документацией; эффективно осуществлять контроль качества товаров; соблюдать правила хранения и реализации потребительских товаров; получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товаров из маркировки и товаро- сопроводительных документов; использовать ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, формирующие качество товаров; факторы, сохраняющие качество товаров.

Владеть:

навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; навыками оценки влияния дефектов на потребительскую стоимость товаров; основами технологии производства потребительских товаров; методами исследования свойств потребительских товаров; методами контроля качества потребительских товаров в процессе хранения, транспортировки, реализации; навыками документационного и информационного обеспечения товароведной деятельности; навыками работы с товарами разного назначения.

Сервисная деятельность

5. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины формирование у слушателей знаний об истории развития сервиса, видах сервисной деятельности, принципах классификации услуг и характеристиках, теории организации обслуживания.

Задачи: изучение сервисной политики организации, отражающей специфику деятельности отрасли сферы сервиса; выбор форм обслуживания, принципов формирования новых услуг с учетом инноваций в технике, технологии, социально-экономической сфере; создание условий для реализации активной деятельности организации по обслуживанию потребителей.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: методы торгового обслуживания, управление качеством торгового обслуживания, критерии и методы оценки качества торгового обслуживания

Уметь: оценивать качество торгового обслуживания; разрабатывать и организовывать реализацию стандартов торгового обслуживания.

Владеть: навыками коммуникационного взаимодействия с клиентами; методами оценки качества торгового обслуживания

Основы предпринимательства

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины Формирование у слушателей системного представления о сущности и особенностях предпринимательской деятельности.

Задачи: раскрыть цели, задачи, функции, сущность предпринимательства и его роль в экономической жизни общества; формировать первоначальные знания и умения

участия в предпринимательской деятельности; обучить методам создания собственного дела, принятия решений, умению анализировать и оценивать экономическую ситуацию на рынке; формировать экономическую культуру, экономическое мышление.

Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

Слушатель должен:

Знать: сущность, виды и формы предпринимательской деятельности, основные нормативно-правовые документы, регулирующие предпринимательскую деятельность, показатели эффективности предпринимательской деятельности

Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида предпринимательской деятельности

применять нормативно-правовые акты в предпринимательской деятельности

Владеть: методологией оценки предпринимательской идеи, организации собственного дела, навыками составления бизнес-плана.

Коммерческая логистика

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины формирование базовых теоретических знаний в функциональных областях логистики и развитие практических навыков эффективного планирования, внедрения и реализации логистических технологий в деятельности предприятия.

Задачи: изучить теоретические и методологические основы коммерческой логистики; дать сведения о новейших достижениях в области интеграции материально-технического обеспечения, транспортировки и информатики; овладеть формами и методами логистического управления в сфере обращения; научить самостоятельно и творчески использовать теоретические знания в практической деятельности; сформировать целостное представление о логистической системе в торговле, обеспечивающей прохождение материального потока от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: техническую документацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления; методы управления ассортиментом и качеством товаров; правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству; правила управления логическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения;

Уметь: пользоваться технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления; управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров продукции, сырья, материалов), дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; управлять логическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения;

Владеть: методами работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверки правильности

ее оформления; навыком управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству; навыком управления торгово-технологических процессами на предприятии, регулированием процессов хранения.