

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации

ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Модуль 1. Торговое дело

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

Содержание модуля: Торговля в структуре экономики, ее взаимосвязь с другими видами деятельности, кредитно-финансовой системой государственным бюджетом и денежным обращением. Роль и место торговли в экономике РФ. Экономические и социальные проблемы развития торговли. Регулирующие функции государства в условиях рыночной экономики и их влияние на торговую деятельность.

Планируемые результаты

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.

Модуль 2 Мерчандайзинг

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

Содержание модуля: формирование ассортиментной политики; наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование 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.

Планируемые результаты

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.

Сервисная деятельность

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

Содержание модуля: сервисная политика 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.

Планируемые результаты

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

Коммерческая логистика

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

Содержание модуля: теоретические и методологические основы коммерческой логистики; сведения о новейших достижениях в области интеграции материально-технического обеспечения, транспортировки и информатики; формы и методы логистического управления в сфере обращения; логистическая система 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-технологическими процессами на предприятии, регулированием процессов хранения.