

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Менеджмент в сфере торговли»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Целью является формирование представлений о торговле как важнейшем звене сферы предпринимательства, знаний об организации и эффективном управлении деятельностью торгового предприятия в условиях рыночных отношений; формирование системы знаний об особенностях, формах, методах и технологиях ведения бизнеса в сфере оптовой и розничной торговли.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- 1) сформировать представление об особенностях организации деятельности предприятия торговли, как особой отрасли в системе социально-экономических отношений и спецификой торгово-технологических процессов;
- 2) дать представление о подходах к управлению торговым предприятием, признанных эффективными в системе рыночных отношений;
- 3) сформировать знания о специфике бизнеса и управления им в сфере оптовой торговли;
- 4) сформировать знания об особенностях менеджмента, стратегиях и технологиях продаж в сфере розничной торговли;
- 5) сформировать у будущего предпринимателя общее видение собственного бизнеса в сфере торговли и его организационно-управленческих аспектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина относится к циклу Б1. «Профессиональный цикл».

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

При изучении дисциплины требуются знания и умения, полученные при изучении таких дисциплин: «Основы менеджмента», «Управления трудовой деятельностью в организациях», «Антикризисное управление».

Знания, полученные при изучении дисциплины, необходимы для прохождения преддипломной практики и при подготовке выпускной квалификационной работы.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК-1	владением навыками создания интернет-магазина, электронного каталога товаров; навыками поиска и сравнения товаров,	Знать: основы развития и функционирования электронной коммерции и виртуальных рынков; требования и методики создания и продвижения интернет-ресурсов в сфере электронной коммерции.

	<p>предложения и электронной продажи товаров и услуг; способами оценки экономической эффективности функционирования электронного магазина</p>	<p>Уметь: ориентироваться в методиках создания сайтов электронной коммерции и подачи информации в Глобальной сети, применять методики и технологии оптимизации контента сайтов электронной коммерции, использовать навыки анализа спроса и предложения на виртуальных рынках, проводить анализ деятельности предприятий электронной коммерции, проводить маркетинговый анализ в сети Интернет.</p>
<p>ДПК-3</p>	<p>умением применять в практической деятельности знания и навыки планирования, организации, координации, мотивации и контроля в разных отраслях сферы услуг</p>	<p>Владеть: навыками работы с предприятиями электронной коммерции, навыками создания сайтов и оптимизации контента сайтов электронной коммерции, навыками продвижения сайтов в выдачах поисковых систем, навыками работы в сети Интернет с использованием разных браузеров.</p> <p>Знать: основы менеджмента в сфере торговли и услуг, организационные, технологические, стратегические аспекты управления деятельностью предприятий в сфере торговли и услуг в условиях рыночных отношений.</p> <p>Уметь: ориентироваться в организационно-правовых аспектах деятельности предприятий сферы торговли и услуг; применять стратегические технологии планирования с целью эффективного управления бизнесом в сфере торговли и услуг; эффективно организовать торгово-технологические процессы с учётом специфики отраслей торговли и услуг; использовать маркетинговый инструментарий с целью оптимизации деятельности в условиях рыночной конкуренции.</p> <p>Владеть: навыками применения знаний в области организационно-правовых основ и технико-технологических процессов ведения бизнеса в сфере торговли и услуг, использования инструментария стратегического планирования и позиционирования в сфере торговли и услуг, использования информационно-коммуникационных технологий в управлении и деятельности предприятий торговли и услуг, навыками реализации товаров и услуг на основе современных технологий продвижения.</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Общие вопросы менеджмента и государственного регулирования в торговле.

Тема 1.1. Менеджмент предприятий торговли, как особой сферы социально-экономических связей.

Тема 1.2. Организационные основы функционирования торгового предприятия

Тема 1.3. Планирование как важнейшая составляющая менеджмента предприятий торговли

Тема 1.4. Управление технологическими процессами в торговой организации

Раздел 2. Организация и управление процессами продаж и логистика в оптовой и розничной торговле

Тема 2.1. Менеджмент в оптовой торговле.

Тема 2.2. Менеджмент в розничной торговле.

Тема 2.3. Основы электронной коммерции

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии: лекции с использованием мультимедийной техники для визуализации информации, семинарские занятия, консультации, технологии интерактивного обучения (дискуссии), ситуационные задания, тестовые задания.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Ободец Я.В., к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непроеизводственной сферы.