

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление рынком сбыта»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения дисциплины – изучение теории и практики планирования, организации и управления сбытом на промышленном предприятии, формирование знаний, умений, навыков в области организации распределения на основе понимания его сущности, принципов построения рациональной схемы товародвижения, изучения факторов, влияющих на организацию и эффективность системы товародвижения и сбыта.

1.2 Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представления об управлении рынком сбыта в системе хозяйственной деятельности предприятий и организаций;
- освоить навыки управления каналами сбыта товаров на основе принципов построения рациональной схемы товародвижения;
- овладеть системным подходом в формировании сбыта продукции через оптовую и розничную систему торговли товарами;
- овладеть знаниями, позволяющими разбираться в планировании ценообразования, рыночных и финансовых аспектах сущности управления рациональной схемы товародвижения;
- формирование рационального мышления в понимании тенденций, экономической ситуации, законов, принципов развития эффективной системы товародвижения и сбыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла Б1.В.ДВ.6.1.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Дисциплина «Управление рынком сбыта» является дисциплиной профессионального цикла и опирается на знания, полученные в результате изучения дисциплин: «Экономика», «Теория организации», «Маркетинг», «Логистика», «Логистика распределения», «Логистика складирования», «Маркетинговые исследования в логистике» и др.

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)
ПК-15	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знать: - теоретико-методические основы процедур разработки коммуникационных стратегий на рынке; - функциональный инструментарий управления функциональной областью организации в системе товародвижения и сбыта товаров, продукции и услуг. Уметь: - оценивать эффективность и разрабатывать алгоритм рационального канала сбыта на рынке.

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления процессами снабжения и распределения товарами; - применять знания и решать задачи в области определения оптимальной структуры каналов распределения с учетом особенностей товаров; -экономически обосновывать и принимать управленческие решения относительно способа доставки товара, его упаковки, складирования и продвижения на рынок
ДПК-15	<p>Навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; - виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения; - особенности логистики в торговле. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в вопросах управления ассортиментом; - проводить учет товаров и материальных ценностей; - осуществлять учет, контроль и анализ затрат в торгово-технологических процессах. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа ассортимента на предприятии; - процедурами инвентаризации; - методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения товарно-материальных ценностей.

4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия

1.1. Теоретические основы управления сбытом предприятия.

1.2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников.

Раздел 2.Управление организационной системой торговли товарами.

2.1. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров.

2.2. Организационные формы оптовой торговли товарами.

Раздел 3. Организационные системы торговли товарами и их транспортировка.

3.1. Розничная торговля в системе сбыта товаров.

3.2. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров.

5.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинг, тестирование, выполнение творческих (проблемных) заданий, решение задач, анализ конкретных ситуаций, разработка проблемы и подготовка презентации).

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Лизогуб Р.П., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и логистики

Савченкова О.О., преподаватель кафедры маркетинга и логистики.