

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН
ПО ДПП ПП «ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМИ
ПРОЦЕССАМИ»**

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

Основы менеджмента

Цель дисциплины Формирование знаний и умений по эффективному

использованию кадрового потенциала, применению новых технологий в развитии организации.

Задачи:

- определение конкретных целей развития организации и их приоритетности;
- разработка стратегии развития организации;
- определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;
- распределение и координация полномочий и ответственности,
- совершенствование структуры организации;
- определение очередности и последовательности принятия решений,
- изучить общие функции менеджмента: планирование, организацию, координацию, мотивацию, контроль;
- рассмотреть системный подход и оптимизацию управленческих решений;
- определить роль менеджера в системе управления организацией;
- рассмотреть признаки эффективного менеджмента.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины «Основы менеджмента» слушатель должен:

- **знать:** стандартные задачи профессиональной деятельности;
- современные технологии обработки информации и их влияние на успех в профессиональной деятельности;
- основные правила и требования деловой коммуникации, в соответствии с которым выстраивается поведение и взаимодействие в профессиональной деятельности;
- сущность управленческой деятельности;
- сущность управленческого контроля;
- функции организации.

Уметь:

- выявлять нужные информационные источники для решения профессиональных задач;
- собирать и анализировать информацию, необходимую для принятия управленческого решения;
- использовать знания об управленческих коммуникациях.
- применять методы организации рабочей группы;
- применять методы управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
- применять методы контроля.

Владеть:

- способностью определять стандартные задачи профессиональной деятельности;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности;
- навыками поиска информации, необходимой для принятия управленческого решения.
- методами мотивации работников предприятия;
- навыками принятия управленческих решений;
- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии

Методы стимулирования продаж

Цель дисциплины

Овладение знаниями и умениями в области прогнозирования спроса и его формирования на базе новейших научно-технических достижений с использованием результатов фундаментальных научных разработок, изобретений и открытий.

Задачи: изучение сущности, содержания, инструментария и методов стимулирования; продаж в коммерческой деятельности предприятия; рассмотрения методов стимулирования продаж предприятия, используемых им для повышения эффективности деятельности; применение методов стимулирования продаж на основе анализа, методов моделирования и применения нормативной документации с учетом соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов; формирование знаний о стимулировании продаж с целью применения их на практике.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: конъюнктуру товарного рынка и основы прогнозирования спроса потребителей; методы прогнозирования спроса потребителей; основные методы стимулирования продаж.

Уметь: выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров; проводить анализ конъюнктуры товарного рынка.

Владеть: методами анализа маркетинговой информации; методами и технологией стимулирования продаж.

Торговое дело

Цель дисциплины

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.

Управление торгово-технологическими процессами

Цель дисциплины

Формирование системного представления в области управления торгово-технологическими процессами.

Задачи: овладеть теоретическими и специальными знаниями по совершенствованию и оптимизации технологических процессов на предприятиях торговли; приобрести практические навыки в принятии решений в стандартных и нестандартных ситуациях в процессе организации торговых процессов и обслуживания покупателей; сформировать устойчивые представления об особенностях технологических процессов на предприятиях торговли.

Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

Слушатель должен:

Знать: особенности хранения товаров на предприятии; правовые основы проведения инвентаризации; особенности управления торгово-технологическими процессами на предприятиях торговли.

Уметь: регулировать процессы хранения товаров; проводить инвентаризацию на предприятии; определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

Владеть: навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии; навыками определения затрат материальных и трудовых ресурсов

Рекламная деятельность в торговле

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

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

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.

Основы управления организацией торговли

Цель дисциплины Формирование у слушателей комплексного представления о проблемах управления оптовыми и розничными предприятиями торговли, получение теоретических знаний и практических навыков в области организации процесса управления организацией торговли

Задачи: исследовать сущность и принципы управления торговой организацией в условиях рынка и ее законодательные основы; особенности структур управления торговыми организациями; функции торговой организации.

2. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

2.1 Слушатель должен:

Знать: общие принципы и концепцию управления организацией торговли; типы и основные требования, предъявляемые к структурам управления; основные этапы процесса идентификации товаров; основные понятия, принципы и методы управления персоналом организации торговли.

Уметь: применять технологии управления организацией торговли; применять технологии управления ассортиментом и качеством товаров и услуг на предприятии; идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации; составлять перечень функций управления для конкретного торгового предприятия; осуществлять выбор организационной структуры управления организацией торговли.

Владеть: способностью к целеполаганию, самоорганизации и самообразованию; навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; знаниями в области идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации; навыками построения «дерева целей» применительно к торговому предприятию; навыками проектирования организационных структур управления.

Сервисная деятельность

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 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 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-технологическими процессами на предприятии, регулированием процессов хранения.