

Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.07.01 ТОРГОВЛЯ ТОВАРАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ

для профиля «Маркетинг в торговле»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Курс 2. Семестр 4. Форма итогового контроля – зачет

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы (108 часов, из них 12 часов аудиторной нагрузки: лекционных 4 часа, практических 8 часов, часа; 92 часа – самостоятельной работы).

Целью данного курса является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки политики распределения и эффективного управления каналами сбыта, достижения стратегических целей распределения, грамотного применения навыков и знаний в построении дистрибьюторской сети или осуществлении дистрибьюторской деятельности в торговле товарами промышленного назначения.

Задачами учебной дисциплины «Торговля товарами промышленного назначения» являются:

– изучение основных принципов торговли товарами производственно-технического назначения;

– изучение специфики проведения маркетинговых исследований на рынках товаров производственно-технического назначения;

– анализ особенностей покупательского поведения организованных потребителей;

– усвоение особенностей сегментации промышленных рынков.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Торговля товарами промышленного назначения» является обязательной дисциплиной вариативной части Блока 1 профессионального цикла дисциплин ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) бакалавр), читаемых для профиля «Маркетинг в торговле». Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования, таких, как, «Маркетинг», «Микроэкономика» и др. По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программы бакалавриата, как «Коммерческая деятельность», «Экономика отраслевых рынков». Предполагает параллельное изучение курсов «B2B-маркетинг», «Системы управления качеством торгового предприятия».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-2, ПК-6.

Таблица 1

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-2	Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	объективную сущность и логику управления торгово-технологическими процессами на предприятии	использовать инструментарий управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, минимизации затрат ресурсов	специальной терминологией на профессиональном уровне; опытом осуществления управления торгово-технологическими процессами на предприятии
2	ПК-6	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	сущность каналов распределения, состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс управления, а также принципы деловых партнеров на промышленном рынке	идентифицировать проблемы и находить пути их решения в области проведения деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения	опытом разработки стратегических планов по выбору деловых партнеров, в реальных условиях системы управления каналами распределения

Содержание и структура дисциплины (заочное)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Спрос на промышленном рынке	12	-	-	-	12

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
2	Типология продукции производственно-технического назначения (ППТН)	12	-	-	-	12
3	Маркетинговые исследования и сегментирование рынков ППТН	14	2	-	-	12
4	Товарная политика и покупательское поведение на рынках продукции производственно-технического назначения	16	2	2	-	12
5	Ценообразование на рынках продукции производственно-технического назначения	14	-	2	-	12
6	Управление продажами и каналами дистрибуции на рынке ППТН	12	-	-	-	12
7	Маркетинговые коммуникации на рынке товаров производственно-технического назначения	14	-	2	-	12
8	Организация маркетинга на промышленных предприятиях	10	-	2	-	8
	Итого		4	8	-	92

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: подготовка презентаций по темам.

Основная литература:

1. Голов Р.С. Организация производства, экономика и управление в промышленности: Учебник для бакалавров / Р.С. Голов, А.П. Агарков, А.В. Мыльник. – М.: Дашков и К, 2017. – 858 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452544

2. Михайлова О.П. Маркетинговая диагностика в управлении промышленным предприятием: монография / О.П. Михайлова; Оренбургский гос.ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2017. – 212с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=481779

3. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B)-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриаты и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.М. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 433 с. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/DA7B0BCB-0E6D-46A3-83D8-AA7E927B3F24>.

Автор: Шевченко Е.В., канд. экон. наук, доцент.