

Аннотация по дисциплине  
Б1.В.04 МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОГО ПЕРСОНАЛА  
для программы «Маркетинг в торговле»  
направления 38.04.06 «Торговое дело»  
Курс 5. Семестр – А. Форма итогового контроля – зачет

**Объем трудоемкости:** 2 зачетных единицы (72 часа, из них 10 часов аудиторной нагрузки: лекционных 2 часа, практических 8 часов, часа; 58 часов – самостоятельной работы).

**Целью** данного курса является формирование у студентов понимания необходимости мотивирования и стимулирования маркетингового и торгового персонала фирмы, сущности этих понятий, а также получение объема знаний, умений и навыков привлечения новых высокопрофессиональных сотрудников в области маркетинга и повышении мотивации работников компании.

Задачами учебной дисциплины «Мотивация и стимулирование торгового персонала» являются:

- понимание сущности, целей и методов мотивации и стимулирования в работе с маркетинговым персоналом;
- усвоение системного представления о роли мотивации и стимулирования как управленческого процесса в решении проблем получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии
- знание основополагающих элементов процесса мотивации и факторов, оказывающих влияние на них;
- знание основных основополагающих и процессуальных теорий мотивации;
- знание основных форм стимулирования маркетингового персонала и методов воздействия на него;
- получение навыков построения системы мотивации и стимулирования маркетингового персонала на предприятии с использованием полученных в изучения дисциплины знаний и умений.

### **Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Учебная дисциплина «Мотивация и стимулирование торгового персонала» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 в соответствии с направлением 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры). Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Маркетинг», «Стратегический маркетинг» и др. Курс развивает изучение профессионального цикла дисциплин по направлению «Торговое дело» и в дальнейшем предполагает конкретизацию предметных областей изучения в таких

дисциплинах, как «Управление интеллектуальными активами организации», «Бренд-технологии в маркетинговой деятельности».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОПК-2, ПК-3, ПК-4.

№ п/п	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть

1	ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Основополагающие элементы процесса принятия решений в области мотивации персонала и границы ответственности за принятые решения	Применять современные методы трудовой мотивации и действовать в нестандартных ситуациях	Навыками принятия решений в области мотивации персонала с учетом социальной и этической ответственности
2	ОПК-2	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Основные теории мотивации и руководства коллективом в профессиональной деятельности	Выявлять причины снижения эффективности работы персонала; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Навыками руководства коллективом в профессиональной деятельности и получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии
3	ПК-3	Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	технологический процесс как объект управления, механизм выбора способов удовлетворения потребностей персонала	организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности	Навыками систематизации и обобщения информации по формированию и использованию трудовых ресурсов предприятия
4	ПК-4	Готовность к анализу и оценке бизнес – среды, организации (предприятия), эффективность ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Основы стимулирования как управленческого процесса; критерии оценки эффективности деятельности в области персонала	Выявлять основные факторы, влияющие на эффективность деятельности персонала компании	Навыками анализа и оценки бизнес – среды, организации, эффективности и хозяйственной деятельности разработки программ по стимулированию персонала организации

### Содержание и структура дисциплины (очное)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Понятие «мотивация» и ее роль в достижении целей управления. Потребность как основополагающий элемент процесса мотивации. Факторы, которые оказывают влияние на потребности человека. Механизм выбора способов удовлетворения потребностей	12	-	2	-	10
2	Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации (теории Маслоу, Мак Клеllandа, Фредерика Герцберга)	8	-	-	-	8
3	Процессуальные теории мотивации (теория ожидания, теория справедливости, теория Портера-Лоулера)	12	-	2	-	10
4	Современные теории трудовой мотивации. Теория справедливости в трудовой мотивации. Теория атрибуции. Новые нарождающиеся теории.	12	2	-	-	10
5	Удовлетворение потребностей человека в трудовой деятельности, основные факторы, влияющие на результаты труда	12	-	2	-	10
6	Методы воздействия на трудовую мотивацию работников. Основные формы стимулирования работников	12	-	2	-	10
	<i>Итого:</i>		2	8	-	58

**Курсовые проекты или работы:** не предусмотрены

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

**Основная литература:**

1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминьяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. - М. : Юрайт, 2017. - 279 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/C388AAAB-09F1-4306-ACC2-BC2BE8A6D2B3>.

2. Пырьев Е.А. Психология труда: учебное пособие / Е.А. Пырьев. – Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 457 с. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=436999](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436999)

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