

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

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

Курс 4. Семестр 7. Форма итогового контроля – зачет

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы (108 часов, из них 50 часов аудиторной нагрузки: лекционных 18 часов, практических 32 часа, КСР 2 часа; 55,8 часов – 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 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 (очное)

№ 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	2	2	-	6

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
2	Типология продукции производственно-технического назначения (ППТН)	18	2	6	-	8
3	Маркетинговые исследования и сегментирование рынков ППТН	12	2	4	-	8
4	Товарная политика и покупательское поведение на рынках продукции производственно-технического назначения	14	2	4	-	8
5	Ценообразование на рынках продукции производственно-технического назначения	14	2	4	-	6
6	Управление продажами и каналами дистрибуции на рынке ППТН	14	2	4	-	6
7	Маркетинговые коммуникации на рынке товаров производственно-технического назначения	12	2	4		8
8	Организация маркетинга на промышленных предприятиях	9,8	2	4		3,8
	Итого		18	32		55,8

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.