

**Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.10.02. ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ**

Для программы подготовки бакалавров «Маркетинг в торговле»
направления 38.03.06 «Торговое дело»
заочной формы обучения

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часа, из них 16 часов аудиторной нагрузки: лекционных 6 часа, практических 10 часов; 119 часов самостоятельной работы).

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о торговле как отрасли народной экономики, объединяющей совокупность предприятий и организаций, характеризующихся единством экономического назначения хозяйственной деятельности, направленной на доведение до потребителей материальных благ; приобретение студентами теоретических знаний в области организации торговой деятельности оптового предприятия, управления розничным предприятием и внедрения эффективного мерчендайзинга; знакомство с классификацией оптовой торговли; развитие компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления торговой деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины:

- Овладеть знаниями о системе оптовой торговли и классификации современных розничных институтов;
- Изучить процесс формирования и поддержания отношений в оптовой торговле;
- Выработать системный подход к выбору местоположения магазина;
- Приобретение знаний об управлении розничным предприятием, операционном менеджменте (финансовые и нефинансовые аспекты);
- Изучить основные подходы к разработке планов мерчендайзинга, менеджменту категорий;
- Освоить стратегии ценообразования в оптовой торговле, использования корректировки цены (скидки, акции и пр.);
- Приобретение знаний о создании и сохранении имиджа оптовой компании;
- Изучить стратегии продвижения в оптовой торговле;
- Формирование представления о российской специфике оптовой торговли.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Оптовая торговля» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины по выбору образовательной программы бакалавриата направления «Торговое дело», программа «Маркетинг в торговле» и является дисциплиной по выбору. Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса.

Дисциплина «Оптовая торговля» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах «Экономико-математическое моделирование рыночных процессов», «Правовое регулирование маркетинговой и торговой деятельности», «Экономика отраслевых рынков/Территориальное размещение торговых предприятий», «Экономика организации», «Теоретические основы товароведения», «Логистика», «Коммерческая деятельность», «Менеджмент». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Ценообразование в маркетинге», «Продуктовая и ассортиментная политика», «Торговля товарами производственного назначения», «Мерчендайзинг», «Управление торговым персоналом». В свою очередь дисциплина «Оптовая торговля» является базой для изучения таких дисциплин как «Электронная коммерция» и «Управление каналами распределения».

**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-8, ПК-11.

Конкретизация стандартных компетенций в курсе «Оптовая торговля»

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
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	<ul style="list-style-type: none"> - организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, - анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия); - сущность оптовой торговли; виды, типы функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом; - организацию труда и управление персоналом; - основные понятия товарной классификации, ассортиментные, количественные характеристики товаров 	<ul style="list-style-type: none"> - применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью; - ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; 	<ul style="list-style-type: none"> - умением применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности; - умением и навыками документационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия; - навыками организации продаж применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг
ПК – 8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<ul style="list-style-type: none"> - систему организации продаж на предприятиях различных сфер деятельности и форм собственности; - методы проектного менеджмента в организации продаж; - методы организации работы в области продаж по аутсорсингу 	<ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать сущность и причины проявлений коммерческой деятельности и продаж в ситуационном маркетинге; - анализировать информацию о состоянии систем продаж предпринимательских структур, применять полученные знания для принятия необходимых решений в своей будущей профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - умением найти, получить и проанализировать коммерческую информацию, необходимую для выявления реального положения системы продаж предприятия в хозяйственной практике; - осуществить организацию продаж применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг; - аналитическими методами для оценки

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
			– организовать разработку и реализацию проектов стимулирования сбыта в соответствии со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями предприятия.	эффективности коммерческой деятельности.
ПК - 11	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	- цели и принципы изучения маркетинговой среды предприятия и её анализ; - концепции, методы и функции логистики; - контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле.	- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка.	- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; - методами и средствами управления логистическими процессами.

Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины приведены в таблице.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в оптовую торговлю. Тенденции развития торговых предприятий.	14	2			12
2	Формирование и поддержание отношений в торговле	14		2		12
3	Стратегическое планирование коммерческого предприятия	14		2		12
4	Торговые сети как форма интеграции ресурсов и концентрации капитала.	14		2		12
5	Выбор местоположения. Анализ торговой зоны.	12		2		10
6	Управление оптовым предприятием.	20	2			18
7	Мерчендайзинг.	20	2			18
8	Ценообразование в торговле	14		2		12
9	Коммуникации с потребителем	13				13
	Итого:	135	6	10	-	119

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации по всем темам.

Вид аттестации: Экзамен

Основная литература

1. *Управление запасами в цепях поставок* [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : в 2 ч. Ч. 1 / В. С. Лукинский [и др.] ; под общ. ред. В. С. Лукинского. - М. : Юрайт, 2017. - 307 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/9C3AC7CB-DBA5-456E-B4E2-4959968D0117>

2. Дашков, Л.П. *Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология в торговле*: основы организации и технологии торговли, организация и технология оптовой торговли, организация и технология розничной торговли, нормативные правовые документы, регламентирующие торговую деятельность [Текст] / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2007. - 1011 с. - ISBN 5911311860 – 5 экз.

3. Шеремет, А.Д. *Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций* [Текст] : [пособие] / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 208 с. - ISBN 9785160030685 – 16 экз.

4. Григорьев М.Н. *Коммерческая логистика: теория и практика* [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 507 с. - <https://biblio-online.ru/book/62C56071-F389-4EC3-8E13-154FB245FD97>.

Автор: Чекашкина Н.Р., ст. преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»