

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.02 «Научно-практический семинар»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор:

К.э.н., доцент Хмельницкая С.А

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 Торговое дело, «Технологии продаж в современном бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенции в области анализа, оценки и разработки стратегии организации (ПК-9)

План курса:

Тема 1. Введение в научно-практические исследования в области управления торговой деятельностью и управления продажами

Цели и задачи научного семинара. Организация научного семинара и исследовательской работы студентов. Научно-практический семинар и его роль в подготовке студентов. Концепция научного семинара кафедры.

Тема 2. Методика написания исследовательской работы

Обоснование предмета и объекта исследования. Отличие проблемы исследования от проблемы бизнеса. Формулировка проблемы, цели и задач исследования. Оригинальность подхода и научная новизна.

Тема 3. Современная проблематика исследований в области управления торговой деятельностью

Системный научный и практически ориентированный взгляд на получение комплекса необходимых знаний и навыков для управления торговой деятельностью

Тема 4. Выступления студентов с проектами. Защиты проектных работ

Презентацией проблематики собственного исследования. Обсуждение работ с применением знаний, полученных на семинаре. По каждой работе формулируются предложения по изменению и доработке к предстоящей защите. Защиты проектных работ.

Тема 5. Методология количественного подхода к анализу данных.

Обсуждение различных методов анализа, преимущества и недостатки, границы применимости.

Тема 6. Стратегия развития торгового объекта

- Ключевые показатели эффективности работы торгового объекта
- Векторы развития и постановка целей по каждому из показателей
- Планирование и организация развития по каждому из показателей

- Контроль выполнения плана: предварительный, регулярный, финальный
- Использование результатов контроля
- ABC-анализ ассортимента по каждой из товарных групп
- Использование ABC-анализа: оптимизация ассортимента
- Эффективное использование торговой площади
- Управление товарными запасами
- Ввод в ассортимент «новинок», вывод нерентабельных ассортиментных позиций
- Сравнительно – оценочный выбор поставщиков. Мониторинг их деятельности
- Установление взаимовыгодных отношений. Формирование баз данных как важнейший инструмент деятельности
- Стратегия и тактика работы с поставщиками
- Метод ключевых показателей как инструмент для оценки эффективности действующего пула поставщиков, прогнозирования сокращения бюджета закупок, выбора новых поставщиков
- Индикаторы эффективности поставщиков, десять «с» оценки эффективности поставщика

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: дискуссия.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачеты.

Этапы освоения компетенции ПК-9.2, ПК-9.3, ПК-9.4, ПК-9.5, ПК-9.6, ПК-9.7 отражают формирование:

на уровне знаний:

Методика проведения комплексного маркетингового исследования

Особенности риск-менеджмента

Инструменты бренд-менеджмента

Принципы стратегического и оперативного планирования

Методы и стратегии ценообразования

Принципы логистики распределения и сбыта

Методы управления проектами

на уровне умений:

Разрабатывать маркетинговую стратегию организации

Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации

Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации

Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации

на уровне навыков: Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации

Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации

Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации

Основная литература:

1. Кайль Я.Я. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ [Электронный ресурс]/ Кайль Я.Я., Ламзин Р.М., Самсонова М.В.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82560.html>— ЭБС «IPRbooks»
2. О'Коннор Джозеф Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем [Электронный ресурс]/ О'Коннор Джозеф, Макдермотт Иан— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2019.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82868.html> — ЭБС «IPRbooks»