

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01 «Введение в профессию»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор:

К.э.н., доцент Л.С. Латышова

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 компетенцию в области управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь (ПК -2)

План курса:

Тема 1. Основные сферы торговли в современном обществе. История торгового предпринимательства

Основные направления торговой деятельности. Торговля как отрасль национальной экономики: сфера обращения, рынок, спрос, предложение, конъюнктура рынка, структура рынка, субъекты рынка, инфраструктура рынка. Торговля: виды и функции. Роль и место торгового предпринимательства в экономике России. Потребности – исходная предпосылка функционирования потребительского рынка. Торговое предприятие как организатор и пользователь рыночных исследований. История торгового предпринимательства (IX-XVII вв.) XVIII-XIX века в развитии торгового дела. Развитие торговли в России второй половины XIX – начала XX в. Развитие торговли, торговых отношений обмена материальными и духовными ценностями между отдельными лицами, странами и народами как важнейший источник жизнеспособности общества, роста его материального и духовного уровня. Торговля и основные религии мира. История торгового предпринимательства на Руси. Петровский период становления предпринимательства в России. Реформа 1861г. как толчок развития частного предпринимательства. Экономические реформы в России С.Ю. Витте и П.А. Столыпина. Государственное регулирование товарного обращения в послеоктябрьский период в России. Создание социалистического сектора торговли. Новая экономическая политика (НЭП). Государственная торговля и потребительская кооперация. Роль реформы 1953 г. в развитии сферы обращения. Формирование основных пропорций и принципиальных организационных схем управления торговлей

Тема 2. Профессиональный язык в торговле

Профессиональная терминология в международной торговле. Понятие о профессиональной психологии, этике и этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе: запрос - ответ на запрос; предложение (оферта) – ответ на предложение (акцент), рекламация (претензия) - ответ на рекламацию. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

Тема 3. Основные виды торговли

Роль и место международной торговли в развитии мирового хозяйства. Формирование мирового рынка. Основные тенденции и характеристики развития МТ, факторы воздействия. Влияние НТП. Взаимодействие МВФО и международной торговли. Внешнеэкономическая политика и экономическая дипломатия государств. Изменения в структуре мировой. Устойчивый рост доли услуг. Повышение роли развивающихся стран. Фактор Китая. Роль иностранных инвестиций в развитии внешней торговли. Международная торговля товарами, структура и основные тенденции. Понятие мирового рынка. Конъюнктура и цены мирового рынка и факторы их формирования. Инструменты регулирования международной торговли товарами и услугами. Регулирование внешнеэкономической сферы на международном и национальном уровне, основные механизмы регулирования. Тарифные и нетарифные методы регулирования, Понятие таможенной пошлины и таможенных платежей. Цели тарифной политики государства. Нетарифные методы – количественные, финансовые, административные и др. ограничения. Основные нормы международного регулирования (имеющиеся соглашения, ИНКОТЕРМС, Венская конвенция и пр.).

Тема 4. Торговля и услуги

Классификация товаров. По назначению: производственные, потребительские, для управленческой деятельности, для сферы обслуживания. По характеру спроса: повседневного, особого спроса, престижного, колеблющегося, неотложного, отложенного, пониженного, устойчивого, пассивного спроса. По срокам хранения и эксплуатации: одноразового и многократного действия. По источникам насыщения рынка: отечественные товары и импортные товары. По новизне: серийно выпускаемые товары, новые товары, бывшие в употреблении (пригодные к использованию, ограниченно – пригодные, непригодные, антикварные). Услуги. Производственные – инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования. Распределительные – торговля, транспорт, связь. Профессиональные – банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные. Потребительские – так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением. Общественные – телевидение, радио, образование, культура.

Тема 5. Влияние состояния конъюнктуры мировых рынков на экономику России.

Место России в мировой торговле. Структура российского экспорта и импорта. Роль результатов внешнеторговой деятельности в формировании бюджета, платежного баланса и ВВП России. Оценка влияния современного состояния конъюнктуры мировых товарных рынков на экономическое положение России. Роль политических факторов (санкции и контрсанкции). Формирование эффективных механизмов продвижения отечественной продукции на мировые рынки и необходимость снижения зависимости развития страны от колебаний рыночной конъюнктуры.

Тема 6. Цифровые технологии и мировые рынки – особенности функционирования

Влияние цифровой экономики на международную торговлю товарами и услугами. Влияние цифровой экономики на международное перемещение капиталов. Влияние цифровой экономики на международное разделение труда. Концепция «цифрового разрыва» и пути его преодоления. Феномен «большого прыжка» развивающихся стран в цифровой экономике. Примеры решения социальных проблем развивающихся стран с помощью цифровых технологий

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, эссе, диспут, коллоквиум, письменная контрольная работа.

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

Этап освоения компетенции ПК-2.1 отражает формирование:

на уровне знаний:

Применение основ менеджмента

Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Особенности проведения социологических исследований

Принципы системного анализа

Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов

на уровне умений:

Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования

Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования

Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования

Анализировать текущую рыночную конъюнктуру

Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования

на уровне навыков:

Выявление проблем и формулирование целей исследования

Планирование проведения маркетингового исследования

Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования

Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования

Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации

Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг

Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования

Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования

Основная литература:

1. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 400 с. — ISBN 978-5-394-02531-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85279.html>
2. Депутатова, Е. Ю. Методика оценки и факторы повышения качества обслуживания в розничной торговле: учебное пособие / Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 138 с. — ISBN 978-5-394-03269-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85395.html>