

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Институт экономики, управления и социальных технологий
Кафедра Экономической теории и управления ресурсами

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

«Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности»

Индекс по учебному плану: Б1.В.ДВ.07.02

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Квалификация: бакалавр

Профиль подготовки: коммерция

Вид(ы) профессиональной деятельности: научно-исследовательская,
организационно-управленческая, торгово-технологическая

Разработчик: профессор кафедры ЭТиУР Р.А.Тумашев

Казань 2017 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

1.1. Цель изучения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности» являются формирование у обучающихся цельную систему экономического мышления и знаний, их подготовка к профессиональной деятельности в области методологии, методики, способов и приемов повышения результативности торговой деятельности применительно к конкретному субъекту хозяйствования на основе использования маркетинговых инструментов в планировании, прогнозировании и управлении для решения практических задач

1.2. Задачи дисциплины (модуля)

Основными задачами дисциплины являются:

- формирование у студентов теоретических и практических навыков использования маркетинговых факторов для обеспечения функционирования и развития торговой организации;
- изучение сущности принципов методов и приемов маркетингового анализа для совершенствования планирования деятельности торгового предприятия и повышения его эффективности в условиях современной рыночной экономики;
- ознакомление с зарубежным опытом маркетингового анализа, планирования деятельности торгового предприятия, возможностями его применения в отечественной практике;
- овладение навыками эффективного планирования и оценки результативности работы и использования капитала коммерческого предприятия;
- выявление недостатков в хозяйственной политике предприятия (организации) и разработка организационно-технических мероприятий по ее совершенствованию.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности» входит в состав вариативной части базового модуля Блока 1 (дисциплина по выбору).

1.4. Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины.

ПК-9 Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Знание - методов и способов анализа, оценки и разработки стратегии организации

Умение - применения методов и способов анализа, оценки и разработки стратегии организации

Владение - способами и методами анализа, оценки и разработки стратегии организации

ПК – 10 Способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Знание - методологии и методик применения основных математических моделей, необходимых в профессиональной деятельности

Умение - проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Владение - навыками поиска научных знаний и проведения научных исследований в профессиональной деятельности

ПК – 11 способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Знание - методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Умение - применения методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Владение - методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ.

2.1 Структура дисциплины (модуля), ее трудоемкость

Таблица 3

Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / интерактивные часы)				Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих их компетенций (из фонда оценочных средств)
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		

Тема 1. Содержание маркетинга. Основные маркетинговые концепции и их практическое применение в коммерческой деятельности.	6	1		2	3	ПК-9 З	Текущий контроль
Тема 2. Характеристика потребительского и промышленного рынков. Особенности поведения покупателей на рынках потребительских и промышленных товаров.	6	1		2	3	ПК-9 З	<i>ФОС ТК-1, тесты (темы 1-2)</i>
Тема 3. Маркетинговые исследования как основа планирования торговой деятельности.	12	2		4	6	ПК-9 З,У ПК-10 З,У	Текущий контроль
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование фирмы на товарных рынках	12	2		4	6	ПК-9 З,У ПК-10 З,У	Текущий контроль
Тема 5. Товарная и ассортиментная политика торгового предприятия	12	2		4	6	ПК-9 З,У ПК-10 З,У	Текущий контроль
Тема 6. Выбор ценовой стратегии торгового предприятия	12	2		4/2	6	ПК-10 З,У ПК-11 З,У	Текущий контроль, дискуссия
Тема 7. Товародвижение и сбыт на торговом предприятии	12	2		4/2	6	ПК-10 З,У ПК-11 З,У	Дискуссия <i>ФОС ТК-2, тесты (темы 3-7)</i>
Тема 8. Маркетинговые коммуникации в коммерческой сфере	12	2		4/2	6	ПК-10 З,У ПК-11 З,У	Текущий контроль, дискуссия
Тема 9. Маркетинговое управление и контроль в деятельности торгового предприятия	12	2		4/2	6	ПК-10 З,У ПК-11 З,У	Текущий контроль, дискуссия
Тема 10. Показатели результативности деятельности торгового предприятия. Финансовая оценка применения маркетинговых инструментов в реализации товаров и услуг.	12	2		4/2	6	ПК-10 З,У ПК-11 З,У	Дискуссия <i>ФОС ТК-3, тесты (темы 8-10)</i>
Промежуточная аттестация (экзамен)	36				36	ПК-9 З,У,В ПК-10 З,У,В ПК-11 З,У,В	<i>ФОС ПА комплексное задание</i>
ИТОГО:	144/ 10	18		36/ 10	54		

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

3.1.1. Основная литература:

1. Дашков, Леонид Павлович. Коммерция и технология торговли : учебник для студ. вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2014. - 692 с.
2. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учебник для студ.вузов/И.М.Синяева, С.В.Земляк, В.В.Синяев; по ред.Л.П.Дашкова. – 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2013. – 268 с.

3.1.2. Дополнительная литература:

3. Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг в коммерции : учебник для студ. вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2014. - 548 с.
4. Ультриванов И.П. Стратегии маркетинга: учеб.пособие/И.П.Ультрианов; Мин-во образ-я и науки РФ, ФГБОУ ВПО КНИТУ-КАИ им.А.Н.Туполева. – Казань: Изд-во КНИТУ-КАИ, 2014. – 235 с.
5. Колибаба В.И. Бизнес-планирование: учеб. пособие для студ. вузов /В.И. Колибаба, И.А. Астраханцева. – Старый Оскол: ТНТ, 2011.- 148с.
6. Кузык Б., Кушлин В. И., Яковец Ю. В. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование. - М.: Экономика, 2011.
7. Ультриванов И.П. Стратегии маркетинга: учеб.пособие/И.П.Ультрианов; Мин-во образ-я и науки РФ, ФГБОУ ВПО КНИТУ-КАИ им.А.Н.Туполева. – Казань: Изд-во КНИТУ-КАИ, 2014. – 235 с. <http://e-library.kai.ru/reader/hu/flipping/Resource-2767/817329.pdf/index.html>

3.2. Информационное обеспечение дисциплины.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

3.2.1. Основное информационное обеспечение.

1. Тумашев А.Р. Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело» ФГОСЗ+ (в разработке).

3.3. Кадровое обеспечение

3.3.1. Базовое образование

Высшее образование в предметной области экономической теории и /или наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки в области экономической теории и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	Дата внесения изменений, проведения ревизии	Номера листов	Документ, на основании которого внесено изменение	Краткое содержание изменения	Ф.И.О. подпись
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1	Ноябрь 2016 г.	С.5, пункт 3.2.1.	Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности»	Разработан курс: Тумашев А.Р. Маркетинговые факторы результативности торговой деятельности [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения по специальности 38.03.06, направление подготовки бакалавров «Торговое дело» ФГОС3+/ КНИТУ- КАИ, Казань, 2016. – Доступ по логину и паролю.	
2					
3					
4					

