Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.08.01 «Инновации в торговой деятельности»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Коммерция*

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 38.03.06 – Торговое дело. «Инновации в торговой деятельности», как учебная дисциплина относится к вариативной части ООП бакалавриата, к дисциплинам по выбору.

**Целью дисциплины** «Инновации в торговой деятельности торговых операций» является формирование компетенций в области разработки и реализации инновационной политики торговых предприятий в условиях динамичного и склонного к нововведениям современного внутреннего и международного рынка.

**Задачами дисциплины** являются: изучение теоретических основ инновационной деятельности предприятия; определение структуры и содержания инновационной деятельности торговых предприятий; изучение особенностей государственного регулирования и патентного обеспечения инновационной деятельности в РФ; освоение методик оценки инновационного потенциала торговой организации, эффективности внедрения инновационных продуктов в коммерческую деятельность торгового предприятия; получение навыков разработки и внедрения инновационного продукта в деятельность торгового предприятия.

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие **компетенции**: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3); способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности (ОК-6); владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9); умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3); способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией (ОПК-4); готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3); готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9); способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10); способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11); способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14).

В результате освоения компетенций студент должен:

**1. Знать:** основные понятия инновационной деятельности; классификацию инноваций в торговле и их виды; подходы к оценке инновационного потенциала торговых организаций; методические подходы к разработке и реализации инновационных проектов в торговой деятельности;

**2. Уметь:**. организовывать исследования инновационной деятельности торговых предприятий;. диагностировать и профессионально определить тип коммерческих инноваций и эффективность их применения; анализировать инновационный потенциал торговой организации; разрабатывать инновационные проекты для их внедрения в коммерческую деятельность торгового предприятия;

**3. Владеть:** методами сбора информации об инновационных продуктах, применяемых в торговле; методами оценки жизненного цикла инновации, условиями ее позиционирования и продвижения.

**Содержание дисциплины:** Раздел 1. Теория инноваций. Раздел 2. Коммерческие инновации. Раздел 3. Разработка и реализация инновационного проекта торговой организации.

Учебная дисциплина «Инновации в торговой деятельности» имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи дисциплинами гуманитарного и социально-экономического цикла: высшая математика, информационные технологии, экология, а также дисциплинами профессионального цикла: маркетинг, мировая экономика, коммерческая деятельность, логистика, рекламная деятельность, организация, технология и проектирование предприятий торговли.

Объем дисциплины – 108 часов, в том числе аудиторных часов - 42, самостоятельная работа – 66 ч. Форма промежуточного контроля – зачет. Дисциплина изучается в 7 семестре.

Разработчик: доцент кафедры Торгового дела В.В. Мишушин