Аннотация рабочей программы дисциплины

 *Б1.В.ДВ.10.02«Стратегическое планирование коммерческой деятельности»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» соответствует требованиям ФГОС ВО, а также составлена с учетом специфики подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 –Торговое дело, профиль Маркетинг в торговой деятельности.

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП бакаларивта.

Целью дисциплины «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» является овладение студентами знаниями и действиями стратегического планирования коммерческой деятельности, направленными на его совершенствование в предприятиях, функционирующих во внутренней торговле Российской Федерации.

Задачами курса «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» являются:

- изучение особенностей организации и стратегического планирования коммерческой деятельности предприятий торговли;

- исследование информационно-методического обеспечения стратегического планирования коммерческой деятельности разных видов торговых предприятий с целью оптимизации;

- планирование и организация процессов закупки и продаж товаров предприятий торговли;

- формирование товарного ассортимента предприятия с учетом вида его торговой деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;

- планирование поставок продукции и товародвижения на рынке товаров;

- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;

- проектирование и использование инноваций на рынке товаров и услуг;

 - изучение особенностей стратегического планирования коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена, инфраструктуры рынка.

В результате освоения дисциплины студент должен:

 **знать:**

- особенности стратегического управления коммерческой деятельностью предприятий для решения профессиональных задач;

- анализировать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;

- основы анализа и стратегического управления коммерческой деятельностью, выбор стратегии поведения;

**уметь:**

- участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента;

- проектировать и разрабатывать бренд – технологии;

**владеть:**

**-** способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций;

- способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;

- методами стратегического планирования коммерческой деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: (ПК-3); (ПК-5); (ПК-9); (ПК-11); (ПК-12); (ПК-13).

Содержание разделов и тем дисциплины: Тема 1. Сущность бизнеса корпораций. Тема 2. Стратегическое планирование в корпорации и подразделении. Тема 3. Стратегическое планирование и управление бизнеса. Тема 4. Бизнес – процессы. Тема 5. Бизнес - проекты и бизнес – планирование.

Дисциплина «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» базируется на следующих предметах курса бакалавриата: «Коммерческая деятельность», «Организация предпринимательской деятельности в торговле», «Маркетинг».

Последующие межпредметные связи дисциплина «Стратегическое планирование коммерческой деятельности» имеет с дисциплинами «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка», «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», а также необходима для успешного прохождения преддипломной практики и итоговой государственной аттестации.

Объем дисциплины – 144 часа, в том числе аудиторных часов - 56, самостоятельная работа – 52 ч.

Форма промежуточного контроля – экзамен.

Дисциплина изучается в 7 семестре.

Разработчик: ст. преподаватель кафедры торгового дела Лукашин М.С.