Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.11.01 «Управление поставками»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО. По направлению «Маркетинг в торговой деятельности*»*

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП;**

Дисциплина «Управление поставками» относится к вариативной части, к дисциплинам по выбору.

**Целью дисциплины: о**своение студентами теоретических знаний в области стратегии, методов и моделей управления поставками торговой организации, формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности бакалавров по профилю «Коммерция» подготовки направления «Торговое дело» в части организации товародвижения.

**Задачами дисциплины** являются: выработка представления о системе товародвижения как о едином технико-технологически и планово-экономически интегрированном механизме, обеспечивающем продвижение товаров от производства до потребителя; обучение студентов основам логистического подхода к управлению поставками в торговле; формирование культуру коммерческой деятельности на основе логистического подхода к управлению поставками, развития у студентов логистического мышления; изучение опыта управления поставками зарубежных и отечественных организаций.

 В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие **компетенции: ПК-3** - 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-7** - способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров. **ПК-9** – готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. **ПК-12** – способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий. **ПК-13** - готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В результате освоения компетенций студент должен:

1. **Знать:** цели, задачи и функции управления поставками тенденции их развития;

виды поставщиков, их характеристики, достоинства и недостатки; основные способы поставок и методы закупок, критерии и методы выбора поставщиков; технологии управления поставками и принятия эффективных организационно-управленческих решений; инновационные технологии, применяемые при организации поставок в торговле; методы закупок, основные способы поставок и транспортировки в управлении поставками, их основные характеристики; принципы, закономерности, перспективы развития и функционирования цепей поставок торговой организации; содержание основных функций управления поставками; основные каналы получения, хранения и использования маркетинговой информации для управления поставками торговой организации; основные стратегии управления поставками; информационные технологии, используемые при управлении поставками; принципы и этапы реализации проектов всфере управления поставками.

1. **Уметь:** применять полученные знание при организации управления поставками;

оценить отношение между поставщиками и торговой организацией; определять тип поставщика; оценивать и выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; формировать, и использовать базу поставщиков и договоров в управлении поставками; применять знания о современных технологиях в практической деятельности**; в**ыбирать адекватные методы закупок и способы поставок продукции; применять полученные знание для формирования каналов товародвижения, цепей поставок торговой организации; планировать, контролировать и управлять процессами поставкок; обобщать, оценивать и анализировать маркетинговую информацию, необходимую для управления поставками торговой организации; анализировать и оценивать стратегии управления поставками торговой организации; использовать информационные технологии при разработке проектов в сфере управления поставками; планировать реализацию проектов в области управления поставками.

1. **Владеть**: методами исследования, анализа и оценки управления поставками

торговой организации; готовностью работать с поставщиками разных типов; методами выбора поставщиков; методами и средствами управления поставками; готовностью применять инновационные технологии в практической деятельности по управлению поставками; методами расчета оптимального размера заказа и интервала времени между заказами; готовностью применять передовые способы транспортировки; готовностью осуществлять выбор каналов поставки, формировать цепи поставок; навыками принятия организакционно-управленческих решений в сфере управления поставками компании; методами поиска и анализа маркетинговой информации, конъюнктуры рынка в сфере управления поставками; готовностью к разработке стратегии управления поставками торговой организации; способностью разрабатывать проекты в сфере управления поставками; готовностью участвовать в реализации проектов в области управления поставками.

**Содержание дисциплины:** Тема 1. Управление поставками как наука и её роль в деятельности торговой организации. Тема 2. Поставщики и их роль в повышении эффективности поставок. Тема 3. Выбор поставщиков. Тема 4. Организация и стратегии управления поставками. Тема 5. Управление поставщиками. Тема 6. Управление поставками на базе инновационных технологий. Тема 7. Выбор метода закупок, способа поставок и транспортировки продукции. Тема 8. Построение цепей поставок торговой организации. Тема 9. Менеджмент в управлении поставками. Тема 10. Информационное и маркетинговое обеспечение управления поставками.

Последующие межпредметные связи дисциплина «Логистика» имеет с дисциплинами «Маркетинг торговой организации», «Управление торговой организацией», «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка», «Стратегическое планирование коммерческой деятельности», «Инфраструктура рынка товаров и услуг», «Оценка хозяйственных рисков торговой деятельности».

Объем дисциплины – 108 часа, в том числе аудиторных часов - 54, самостоятельная работа – 54 ч. Форма промежуточного контроля – зачет. Дисциплина изучается в 6 семестре.

Разработчик: доцент кафедры Торгового дела А.И. Иванов