Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.12«Стратегическое планирование коммерческой деятельности»*

Направление подготовки

*38.03.06 «Торговое дело» профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.06 Торговое дело*

Дисциплина *«Стратегическое планирование коммерческой деятельности»* входит в вариативную часть дисциплин бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин:

Б1.Б.10 Экономика организации;

Б1.Б.14 Коммерческая деятельность.

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего прохождения преддипломной практики, а также написания выпускной квалификационной работы.

## Цель дисциплины

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.

## Учебные задачи дисциплины

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:

**Профессиональных:**

ОПК-2 - владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.

ПК-3 – 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- 14 - способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

**Содержание разделов дисциплины**

Тема 1. Сущность бизнеса корпораций.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-9.*

Тема 2. Стратегическое планирование в корпорации и подразделении.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-9, ПК-14.*

Тема 3. Стратегическое планирование и управление бизнеса.

*Формируемые компетенции: ОПК-2, ПК-7, ПК-14.*

Тема 4. Бизнес – процессы.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-14.*

Тема 5. Бизнес - проекты и бизнес – планирование.

*Формируемые компетенции: ОПК-2, ПК-3, ПК-14.*

Объем дисциплины 4 з.е./144 часа, контактные часы 44, в том числе аудиторных часов 42: 14 часов лекций, 28 часов практических и семинарских занятий, 2 часа электронное обучение.

Форма промежуточного контроля: 7 сем. – экзамен.

Семестр – 7.

Разработчик: старший преподаватель кафедры торгового дела и информационных технологий Лукашин М.С.