

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.02 «Методы анализа торговой конъюнктуры»
Направление подготовки
38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр)
Направленность (профиль) программы:
«Стратегии и инновации в коммерции»

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

1. Место дисциплины в структуре ООП.

Учебная дисциплина «Методы анализа торговой конъюнктуры» относится к вариативной части учебного плана по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистр).

2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины.

Цель дисциплины:

Целью дисциплины «Методы анализа торговой конъюнктуры» является овладение магистрантами знаний, умений и навыков в области анализа торговой конъюнктуры.

Учебные задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- изучение методов анализа конъюнктуры торговли;
- исследование информационно-методического обеспечения торговой деятельности разных видов предприятий торговли;
- овладение способами проведения исследований конъюнктуры рынка;
- изучение особенностей торговой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена с учетом развития конъюнктуры рынка.

Дисциплина «Методы анализа торговой конъюнктуры» базируется на следующих предметах курса магистратуры: «Методология и методы исследования в сфере услуг», «Контроллинг на предприятии торговли».

Для успешного освоения дисциплины «Методы анализа торговой конъюнктуры», магистрант должен:

Знать:

- как действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную ответственность за принятые решения;
- основные способы саморазвития и самореализации;
- подходы к самостоятельному обучению новым методам исследования, а также к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- особенности организации самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования;
- способы выявления и оценки рисков в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- особенности анализа технологических процессов в области профессиональной деятельности, систематизирования и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия.

Уметь:

- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- использованию творческого потенциала;
- самостоятельно работать с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования;
- выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия.

Владеть:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования;
- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия.

Последующие межпредметные связи дисциплина «Методы анализа торговой конъюнктуры» имеет с дисциплинами «Категорийный менеджмент», «Анализ хозяйственной деятельности торговых сетей», а также необходимо для прохождения всех видов практик, научно исследовательской работы и выполнения магистерской диссертации.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

Вид деятельности: организационно-управленческая

ПК-5 - способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

В результате освоения компетенции **ПК-5** магистрант должен:

Знать: особенности анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.

Уметь: составлять прогнозы и модели развития рыночной конъюнктуры.

Владеть: навыками проведения исследований конъюнктуры рынка и использования результатов в профессиональной деятельности.

Вид деятельности: научно-исследовательская

ПК-6 – способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

В результате освоения компетенции **ПК-6** магистрант должен:

Знать: особенности анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка с использованием бизнес-технологий.

Уметь: оценивать и составлять прогнозы и модели развития рыночной конъюнктуры с использованием бизнес - технологий.

Владеть: навыками проведения исследований конъюнктуры рынка с использованием бизнес-технологий и использования результатов в профессиональной деятельности.

3. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий).

Тема 1. Введение в организацию торговой деятельности. Понятие конъюнктуры рынка.

Предмет, цели, задачи и структура дисциплины. Основные понятия. Профессиональная значимость дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Понятие и функции торговых организаций, факторы, влияющие на развитие торговли, основные тенденции развития отрасли.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Тема 2. Состояние конъюнктуры рынка в отрасли оптовой торговли.

Понятие, функции, задачи и основные тенденции развития оптовой торговли. Классификация оптовых посредников, специфика организации торговой деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Тема 3. Состояние конъюнктуры рынка в отрасли розничной торговли.

Понятие, функции, задачи и основные тенденции развития розничной торговли. Факторы, влияющие на развитие инфраструктуры розничной торговли. Характеристика услуг розничной торговли, требования предъявляемые к ним. Классификация предприятий розничной торговли. Характеристика розничных торговых объединений (ритейл, розничные сети). Механизм управления розничной торговой сетью.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Тема 4. Направления и технология исследования конъюнктуры рынка в торговле.

Понятие и направление исследований конъюнктуры рынка в торговле. Разработка и реализация программы исследования параметров конъюнктуры.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Тема 5. Методы исследования конъюнктуры рынка в торговле.

Классификация методов исследования конъюнктуры рынка в торговле. Качественные методы исследования: краткая характеристика, технология применения, преимущества и недостатки. Количественные методы исследования: краткая характеристика, технология применения, преимущества и недостатки. Особенности применения комбинированных методов исследования.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Тема 6. Использование результатов исследования конъюнктуры рынка в торговле.

Стратегическое планирование торговой компании с учетом сложившейся рыночной конъюнктуры. Планирование коммерческих процессов в торговле на основе конъюнктурного

анализа. Влияние конъюнктуры рынка на эффективность коммерческой деятельности торговой организации.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Объем дисциплины: 108 часов / 3 з.е.

Форма промежуточного контроля: зачет с оценкой.

Семестр: 2.

Разработчик:
технологий, Писарева Е.В.



заведующая кафедрой Торгового дела и информационных технологий