

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Курсовое проектирование

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Курсовое проектирование является одним из основных видов самостоятельной работы студентов по направлению 38.03.06 «Торговое дело» и имеет своей целью:

- закрепление основ и углубление теоретических знаний одновременно по следующим дисциплинам учебного плана: Коммерческая деятельность, Правовое регулирование профессиональной деятельности, Маркетинговые исследования, Организация и технология торговли, Маркетинговые коммуникации, Рынок товаров и услуг, Стратегический маркетинг базовый курс, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности и др.;

- приобретение практических навыков торгово-технологической, проектной, организационно-управленческой, логистической и научно-исследовательской деятельности;

- формирование способностей к самостоятельной работе при поиске и обосновании путей решения профессиональных проблем и задач.

В процессе выполнения курсового проектирования студент должен показать способность к решению следующих профессиональных задач, являющихся предметом курсового проектирования:

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой деятельностью;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности для разработки стратегии организации (предприятия);
- организация, проведение маркетинговых исследований;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- разработка и участие в реализации проектов в области коммерции и маркетинга.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения
-------------------------------	-----------------	--------------------------	---------------------------------

38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-1	Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знания:	основных понятий, целей, принципов, объектов, методов товароведения, ассортиментных, квалитметрических, количественных характеристик товаров, классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров, факторов их обеспечивающих
			Умения:	формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов; разрабатывать стратегии и программы по управлению качеством товаров и услуг
			Навыки:	работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям
	ПК-3	Готовность 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	Знания:	целей, принципов, функций, сфер применения, объектов, средств и методов маркетинга, маркетинговой среды и ее анализа, маркетинговых исследований, организации деятельности маркетинговых служб
			Умения:	выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка
			Навыки:	владения методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования
	ПК-9	Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знания:	сущности, содержания, основных принципов, функций, методов менеджмента; миссии организаций, цели и стратегии управления сущности и основных видов стратегий организаций в профессиональной сфере
			Умения:	изучать бизнес-среду организации; анализировать коммерческую, маркетинговую, логистическую и рекламную деятельность организации, прогнозировать ее результаты; анализировать и разрабатывать стратегии организации с использованием методов

		Навыки:	владения методами анализа, оценки и разработки стратегии организации в профессиональной сфере; навыками системного мышления и понимания экономических процессов, явлений, проблем
ПК-12	Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знания:	норм и методов, методики проектирования в различных областях профессиональной деятельности
		Умения:	разрабатывать и экономически обосновывать проекты в областях профессиональной деятельности
		Навыки:	владения информационными технологиями с целью проектирования профессиональной деятельности
ПК-14	Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знания:	организационно-правовых форм предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия); общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности
		Умения:	применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий; осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты
		Навыки:	владения аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; владеть методами анализа и интерпретации финансовой, экономической, маркетинговой информации для оценки состояния и прогноза развития бизнес-процессов

	ОПК-4	Способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знания:	основных понятий, целей, классификации информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности, электронно-платежные систем
			Умения:	методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности
			Умения:	применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью; использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности решать исследовательские и аналитические задачи

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.В	7	3	4	0	0	0	1	3	104	КР

Составители(ль)

Марченко О.Г., Olga.Marchenko@vvsu.ru

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра таможенного дела и логистики,

Natalya.Yurchenko@vvsu.ru