

Направление подготовки: 43.04.01 Сервис
Направленность (профиль): Сервис в торговле

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Системный анализ в сервисе»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - изучение методов анализа систем обслуживания различных типов и назначения и овладение основными результатами классической теории массового обслуживания; создание системы знаний о вопросах теории и практики системного анализа в сервисе.

1.2 Задачи дисциплины

Основными задачами дисциплины являются:

- ознакомление с основными типами систем теории массового обслуживания;
- овладение приемами применения методов и моделей теории массового обслуживания для анализа и синтеза реальных систем обслуживания;
- изучение основополагающих принципов теории систем и системного анализа;
- ознакомление с основами методами качественного и количественного оценивания систем;
- рассмотрение вопросов, связанных с основами управления;
- получение навыков использования моделей качественного и количественного оценивания систем;
- выработка умения самостоятельного решения задач, связанных с принятием решений в экономических системах на основе методов и методологий системного анализа;
- изучение различных областей применения системного анализа в современном обществе.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части учебного плана, изучается в 1 семестре.

Дисциплина «Системный анализ в сервисе» базируется на знаниях, сформированных при подготовке к вступительному экзамену в магистратуру по дисциплине «Сервисология».

Знания, полученные в курсе «Системный анализ в сервисе», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Торговый менеджмент»; «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10); готовность к обоснованию и проектированию новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности (ПК-19).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- теорию системного анализа как особый способ познания реальных процессов, протекающих в системах сервиса;
- инфраструктурные элементы системы сервиса в аспекте современной теории систем;
- структуру и классификации систем сервиса;
- факторы микро- и макросреды сервисной организации;

– теоретические и эмпирические законы принятия решений, способы и средства выбора альтернатив, способы практического применения знаний в области сервисной деятельности.

уметь:

– использовать методы и модели системного анализа в системах сервиса;
– рассчитывать вероятностные модели для конкретных процессов сервиса и методы расчета параметров модели;

– соотносить свои личностные характеристики с внутренними и внешними элементами сервисных систем.

владеть:

– пониманием взаимосвязи общения в сервисе, механизмов действия и способов проявления законов и закономерностей в различных типах систем сервиса;

– пониманием запросов потребителей;

– пониманием необходимости системного подхода к проблеме обслуживания;

– навыками расчета систем массового обслуживания;

– методами моделирования оптимальных сервисных процессов с точки зрения теории массового обслуживания.

4. Содержание дисциплины

Введение в системный анализ. Понятие и типы систем. Характеристика этапов системного анализа. Сбор данных о функционировании системы. Построение моделей систем. Исследование ресурсных возможностей

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Правовое обеспечение сервисной деятельности»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков в области правового обеспечения сервисной деятельности, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере сервиса.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование представления о правовом поле предоставления услуг в Российской Федерации, формирования и регулирования бизнес-процессов на предприятиях сервиса с учетом социально-правовой политики государства;

- получение навыков правового решения вопросов, возникающих в процессе сервиса, с применением норм действующего законодательства;

- формирование правовой культуры при осуществлении профессиональной деятельности в сфере сервиса.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Правовое обеспечение сервисной деятельности» входит в блок дисциплин базовой части учебного плана, изучается в 3 семестре.

Дисциплина «Правовое обеспечение сервисной деятельности» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Управление качеством услуг и работ».

Знания, полученные в курсе «Правовое обеспечение сервисной деятельности», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Таможенный сервис»; «Логистическая система торгового предприятия».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: готовность действовать в

нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1); готовность обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- основы социальной и этической ответственности за принятые решения;
- устную и письменную формы на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке;

- основы правовой защиты объектов интеллектуальной собственности.

уметь:

- действовать в нестандартных ситуациях;
- использовать коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности;

- обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности.

владеть:

- навыками действия в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

- навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности;

- навыками обеспечения правовой защиты объектов интеллектуальной собственности.

4. Содержание дисциплины

Предмет, метод, источники правового регулирования сервиса в РФ. Виды, система правоотношений в сфере сервиса. Организационно-правовые формы субъектов предпринимательства в сервисе. Договоры оказания отдельных видов услуг. Обеспечение безопасности в сервисе. Защита прав потребителей в сервисной деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - освоение теоретических основ в области теории и практики анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятий сервиса.

1.2 Задачи дисциплины:

- ознакомление со способами, методами и приемами экономического анализа;
- изучение методики проведения комплексного экономического анализа предприятий сервиса;
- приобретение знаний по оценке финансового состояния субъектов сферы сервиса, их финансовой устойчивости, кредито- и платежеспособности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана образовательной программы и реализуется в 1, 2 семестрах.

Дисциплина «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса» основана на экономических знаниях, полученных на уровне бакалавриата (специалитета).

Знания, полученные в курсе «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Правовое обеспечение сервисной деятельности»; «Логистическая система торгового предприятия»; «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовность к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса (ПК-11); готовность к анализу и синтезу научно-технической и организационно-экономической информации, российского и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-13).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- способы, методы и приемы экономического анализа;
- содержание финансового и управленческого анализа; основные показатели эффективности деятельности предприятий сервиса;
- способы обработки организационно-экономической информации; информационное обеспечение и методику комплексного анализа предприятий сервиса.

уметь:

- применять методику факторного анализа рентабельности деятельности предприятий сервиса;
- выявлять тенденции развития предприятия на основе системного исследования факторов хозяйственной деятельности, обосновывать планы и управленческие решения, осуществлять контроль за их выполнением, выявлять резервы повышения эффективности деятельности;
- анализировать конкурентоспособность, технико-организационный уровень предприятий сервиса.

владеть:

- навыками выявления резервов повышения финансовой устойчивости организаций;
- методами анализа финансовой отчетности, финансового состояния предприятий сервиса;
- методами комплексной оценки эффективности деятельности предприятий сервиса.

4. Содержание дисциплины

Методология и методика анализа хозяйственной деятельности предприятия сервиса. Анализ объема реализации услуг. Анализ качества услуг и обслуживания. Анализ использования основных производственных фондов. Анализ и управление затратами и себестоимостью услуг. Анализ трудовых ресурсов предприятия сервиса. Анализ финансовых результатов деятельности предприятий в сфере сервиса.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часов).

6. Формы контроля – экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление качеством услуг и работ»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение основных принципов управления качеством работ и услуг;
- получение представления об основах сертификации продукции, услуг и систем менеджмента качества;
- формирование у студентов понимания качества производимой продукции и оказываемых услуг в соответствии с международными стандартами ИСО 9000:2000.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Управление качеством услуг и работ» является курсом, в котором раскрываются вопросы, связанные с проблемами качества и безопасности товаров и услуг в практике современного сервиса. Относится к базовой части учебного плана, изучается во 2 семестре.

Дисциплина «Управление качеством услуг и работ» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Маркетинг услуг», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий», «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях».

Знания, полученные в курсе «Управление качеством услуг и работ», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2); готовность к совершенствованию и разработке новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-1); готовность к организации и эффективному осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса (ПК-3); готовность к оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- психологические особенности потребителя;
- принципы управления предприятием сервиса;
- вопросы совершенствования новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- организацию сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса;
- нормативно-правовые акты по оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ.

уметь:

- исследовать социокультурный облик потребителя, подбирать сотрудников, обладающих необходимыми психологическими качествами для работы с потребителем;
- управлять трудовым коллективом, формировать клиентурные отношения;

- совершенствовать и разрабатывать новые методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- осуществлять сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса;
- работать с нормативными документами и нормативно-справочной информацией, применяемыми при оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ.

владеть:

- методами исследования социокультурного облика потребителя
- методами предоставления качественных и конкурентоспособных услуг и работ
- методами проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
- навыками организации и эффективного осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
- методами оценки и контроля качества процессов сервиса, услуг и работ

4. Содержание дисциплины

Качество как экономическая категория. Методы управления качеством. Функции управления качеством. Нормативно-правовая база обеспечения качества. Аудит и сертификация систем менеджмента качества. Управление качеством в процессе производства, обслуживания и закупок.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.(108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся общего представления об экспертизе и диагностике объектов сервиса; приобретение базовых знаний об объектах сервиса, которые нуждаются в проведении экспертизы и диагностики; формирование базовых знаний в области целей, задач и видов экспертизы, необходимых для профессиональной подготовки конкурентоспособных специалистов сферы сервиса.

1.2 Задачи дисциплины:

- обучение решению задач диагноза, прогноза и генеза объектов и систем сервиса;
- изучение специальных методов экспериментального определения технического состояния объектов и систем сервиса;
- изучение принципы, виды и средства экспертизы и диагностики;
- обучение на основе исходной информации построению модели объекта экспертизы и диагностики;
- изучение организации проведения экспертизы и диагностики.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса» относится к базовой части учебного плана, изучается в 3 семестре.

Дисциплина «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса» базируется на таких курсах как «Управление качеством услуг и работ», «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях».

Знания, полученные в курсе «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Таможенный сервис»; «Сервисные технологии в коммерческой деятельности».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: способность к абстрактному

мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовность к совершенствованию и разработке новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-1); готовность к организации и эффективному осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса (ПК-3); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- Теорию анализа, синтеза;
- методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- организацию сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса;
- запросы потребителей.

уметь:

- абстрактно мыслить;
- разрабатывать новые методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- осуществлять сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса;
- анализировать запросы потребителей, синтезировать оптимальный вариант процесса сервиса.

владеть:

- навыками абстрактного мышления, анализа, синтеза;
- навыками совершенствования и разработки новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса;
- навыками организации и эффективного осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса;
- методами диагностики и анализа запросов потребителей, синтеза оптимального варианта процесса сервиса.

4. Содержание дисциплины

Законодательно-нормативная база объектов и систем сервиса. Виды, классификация, основные характеристики объектов и систем сервиса. Экспериментальная диагностика объектов и систем сервиса. Принципы, виды и средства экспертизы и диагностики. Виды диагностической информации. Организация проведения экспертизы и диагностики.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – экзамен, курсовая работа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование навыков практического владения иностранным языком для его использования в повседневном общении и профессиональной деятельности при решении деловых, академических, культурных задач.

1.2 Задачи дисциплины:

- развитие коммуникативных навыков диалогической и монологической речи в разговорной практике делового общения, навыков публичной речи;
- развитие умений и навыков аудирования (понимания диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации);

- изучение грамматических структур и моделей;
- развитие навыков различных видов чтения (изучающее, ознакомительное, поисковое);
- развитие навыков перевода (письменного перевода, реферирования и аннотирования текстов по специальности);
- развитие навыков письменной речи во всех видах речевых произведений (биография, частное письмо, деловое письмо, сообщения, тезисы, рефераты и т.д.);
- развитие умений самостоятельной работы с учебной и справочной литературой;
- воспитание уважительного отношения к культурному наследию, традициям, обычаям стран изучаемого языка.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Иностранный язык делового и профессионального общения» относится к базовой части учебного плана, изучается в 1 семестре. Для освоения дисциплины, обучающиеся используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Иностранный язык», освоенной по образовательной программе бакалавриата (специалитета).

Знания, полученные в курсе «Иностранный язык делового и профессионального общения», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Правовое обеспечение сервисной деятельности»; «Методология и методы научного исследования», «Научный дискурс в иноязычном поликультурном пространстве».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;
- основные особенности фонетического, грамматического и лексического аспектов языка;
- культуру стран изучаемого языка, правила речевого этикета;
- основы публичной речи;
- основные приемы аннотирования, реферирования и перевода специальной литературы;
- нормы социокультурного поведения, принятые в странах изучаемого языка.

уметь:

- ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в формах отчетов, рефератов, публикаций при работе с иноязычной литературой;
 - осуществлять поиск новой информации при работе с учебной, общенаучной и специальной литературой; понимать устную речь на бытовые и профессиональные темы;
 - использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности;
 - самостоятельно находить и получать значимую информацию из специальной литературы на иностранном языке
- владеть:

- приемами саморазвития и самореализации в профессиональной и других сферах деятельности;
- коммуникативной компетенцией для практического решения социально-коммуникативных задач в различных областях деятельности;
- навыками по организации и управлению работой контактной зоны предприятия сервиса, ведения предпринимательской деятельности в сфере сервиса, продвижение услуг на иностранном языке.

4. Содержание дисциплины

Деловая корреспонденция. Структура, язык и виды делового письма. Межкультурная научная коммуникация. Этика деловых отношений. Создание иноязычного текста. Сообщение по теме научного исследования. Возможные разрешения конфликтов с клиентами в сфере услуг.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Торговый менеджмент»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать общие представления о сущности, цели, задачах и значении торгового менеджмента в процессах управления торговым предприятием;
- рассмотреть сущность и основной механизм торгового менеджмента;
- познакомить с алгоритмом эффективной разработки управленческих решений в конкретных условиях деятельности торгового предприятия;
- ознакомить с основными особенностями управления торговым процессом;
- показать основные механизмы регулирования хозяйственной деятельности предприятия;
- ознакомить с организационными основами управления и процедурами выбора наиболее эффективных форм функционирования торгового предприятия;
- обосновать необходимость выбора эффективных методов продажи товаров и организации оказания дополнительных услуг покупателям;
- охарактеризовать сущность экономических основ торгового менеджмента;
- показать необходимость регулярной оценки и прогнозирования конъюнктуры потребительского рынка.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Торговый менеджмент» входит в вариативную часть блока дисциплин учебного плана, изучается во 2 семестре.

Дисциплина «Торговый менеджмент» базируется на таких курсах как «Управление качеством услуг и работ», «Маркетинг услуг», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятия».

Знания, полученные в курсе «Торговый менеджмент», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Правовое обеспечение сервисной деятельности»; «Таможенный сервис»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая

социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2); способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность к проведению мониторинга потребительского спроса и прогнозированию развития предприятия сервиса (ПК-15); способность анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей (ПК-16); способность к моделированию и оптимизации процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя (ПК-18).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- основы предоставления качественных и конкурентоспособных услуг и работ;
- теорию мониторинга потребительского спроса и прогнозирования развития

предприятия сервиса;

- процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей;
- основы моделирования и оптимизации процесса сервиса, соответствующего

запросам потребителя.

уметь:

- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности;
- управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом;
- проводить мониторинг потребительского спроса и прогнозировать развитие

предприятия сервиса;

- анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов

потребителей;

- моделировать и оптимизировать процесс сервиса, соответствующего запросам

потребителя.

владеть:

- навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- навыками управления предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ;

- методами проведения мониторинга потребительского спроса и прогнозирования развития предприятия сервиса;

- навыками анализа процесса сервиса как объекта удовлетворения запросов потребителей;

- навыками моделирования и оптимизации процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя.

4. Содержание дисциплины

Управление закупочной деятельностью торговой организации. Управление прогнозированием спроса в торговой организации. Приемка по качеству как одна из подсистем менеджмента качества торговой организации. Управление товарными запасами в торговой организации. Управление ассортиментом товаров торговой организации. Управление торговым обслуживанием торговой организации.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг услуг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины - формирование у студентов представления о маркетинге услуг как составной части маркетинга; знаний теоретических основ маркетинга в сервисе; навыков использования современного инструментария и технологий в маркетинге услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

- определение роли сферы услуг в экономике;
- выявление различий маркетинга услуг и маркетинга торговли;
- изучение специфики покупательского поведения в сфере услуг;
- анализ элементов комплекса маркетинга услуг.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг услуг» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана образовательной программы и реализуется в 1 семестре.

Дисциплина «Маркетинг услуг» базируется на знаниях, полученных в курсе бакалавриата по дисциплине «Маркетинг».

Знания, полученные в курсе «Маркетинг услуг», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Торговый менеджмент»; «Ассортиментная политика и управление товарными категориями»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10); готовность к проведению мониторинга потребительского спроса и прогнозированию развития предприятия сервиса (ПК-15); способность анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей (ПК-16).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- различия маркетинга услуг и маркетинга товаров
- понятие и основные концепции маркетинга услуг
- методы сбора и анализа маркетинговой информации
- методы оценки рынка, конкурентоспособности продукции и услуг
- особенности продвижения услуг

уметь:

- принимать участие в организации, планировании и совершенствовании деятельности предприятий сферы услуг, разрабатывать мероприятия по повышению качества обслуживания

- разрабатывать стратегию и тактику предприятий сферы услуг
- проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг
- определять стратегию потребительского спроса
- определять стратегию обновления ассортимента товаров и услуг

владеть:

- приемами комплексного обслуживания потребителей
- навыками принятия маркетинговых решений в сфере услуг
- методами проведения маркетинговых исследований в сервисе
- методами формирования спроса.

4. Содержание дисциплины

Понятие и основные концепции маркетинга услуг. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования рынка услуг. Сегментирование и позиционирование рынка услуг. Маркетинговые решения и маркетинговая стратегия предприятия сферы услуг.

Особенности маркетинга услуг на отдельных рынках. Организация и контроль маркетингового управления на предприятиях сферы услуг.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование у студентов знаний и умений в области организации технологических процессов в торговых организациях и управления торговым обслуживанием на различных типах предприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение общей характеристики традиционного и современного процесса обслуживания на различных типах предприятий;
- изучение организации обслуживания потребителей на предприятиях различного типа;
- изучение направления совершенствования форм и методов обслуживания на различных типах предприятий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина изучается в 1 семестре, относится к вариативной части учебного плана. Дисциплина «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий» базируется на экономических и организационно-управленческих дисциплинах бакалавриата.

Знания, полученные в курсе «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Торговый менеджмент»; «Управление продажами и мерчендайзинг»; «Бренд-менеджмент товаров и услуг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к совершенствованию и разработке новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-1); способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
- теорию управления предприятием сервиса, трудовым коллективом
- организацию сервисной, предпринимательской деятельности

уметь:

- разрабатывать новые методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
- управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечить предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ
- формировать клиентурные отношения, проектировать контактную зону для работы с потребителем

владеть:

- методами совершенствования и разработки новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
- навыками управления предприятием сервиса, трудовым коллективом, предоставления качественных и конкурентоспособных услуг и работ
- навыками организации сервисной, предпринимательской деятельности, формирования клиентурных отношений, проектирования контактной зоны для работы с потребителем

4. Содержание дисциплины

Типы и форматы магазинов в России и за рубежом. Концентрация капитала в розничной торговле и развитие сетевого формата. Местоположение торговых форматов и образование сгруппированных торговых форматов. Основы мерчандайзинга и устройство магазина. Управление торговым предприятием современных форматов. Новые формы ведения торговли и методы продажи товаров.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистическая система торгового предприятия»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование теоретической основы знаний в области управления сквозными интегрированными бизнес-процессами, связанными с перемещением материального и сопутствующих ему потоков от момента возникновения потребности в продукции до момента ее удовлетворения с целью повышения эффективности деятельности компании.

1.2 Задачи дисциплины:

- получение систематизированных знаний о сущности и содержании логистической теории: ее основных понятиях, концепциях, функциях, методах и технологиях;
- изучение логистики в связи с принципами стратегического планирования, маркетингом, финансами, планированием производства и др. составляющими управленческого процесса предприятия;
- ознакомление с функциональными областями логистики: закупочной, производственной, распределительной, транспортной, информационной логистикой;
- формирование представления о логистическом сервисе как основе эффективности и конкурентоспособности предприятия.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина изучается в 4 семестре, относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина «Логистическая система торгового предприятия» базируется на таких курсах как «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса», «Торговый менеджмент», «Ассортиментная политика и управление товарными категориями», «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса», «Торговое посредничество в сфере услуг».

Знания, полученные в курсе «Логистическая система торгового предприятия», будут востребованы студентами при подготовке выпускных квалификационных работ.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-

10); способность к моделированию и оптимизации процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя (ПК-18).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- принципы клиент-ориентированного сервиса в логистических системах
- организацию работы персонала в логистической системе
- функциональные области логистического менеджмента
- администрирование логистических систем

уметь:

- анализировать затраты и результаты деятельности организации с целью принятия решений по повышению качества обслуживания

- оптимизировать процессы сервиса в системе товародвижения
- управлять информационным обеспечением логистической системы;
- управлять инфраструктурой логистической системы

владеть:

- экономической терминологией, лексикой и основными экономическими категориями логистического менеджмента;

- методами диагностики и анализа запросов потребителей к повышению качества обслуживания в логистической системе;

- способами оптимизации процессов в логистической системе для улучшения клиентурных отношений.

4. Содержание дисциплины

Понятие логистики и логистической системы. Функциональные области логистики. Логистический сервис как основа эффективности и конкурентоспособности предприятия. Показатели логистической системы.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

7. Формы контроля – экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах ведения деловых переговоров и осуществления личных продаж как специфической функции маркетинговой и сбытовой деятельности торгового предприятия и дать базовые навыки их практического осуществления в бизнесе.

1.2 Задачи изучения дисциплины:

- дать понятие «деловые переговоры» и их основные разновидности;
- раскрыть особенности подготовки и ведения деловых переговоров;
- познакомить с основными этапами ведения деловых переговоров;
- познакомить со стратегией и тактикой ведения деловых переговоров с целью увеличения объемов личных продаж;
- раскрыть методы ведения деловых переговоров;
- раскрыть роль и значение понимания языка невербального поведения на переговорах;
- познакомить с эффективными технологиями ведения деловых переговоров с целью увеличения объемов личных продаж;
- сформировать представление этикете на деловых переговорах.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловые переговоры и личные продажи» относится к вариативной части учебного плана. Ее изучение запланировано на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Деловые переговоры и личные продажи» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах: «Системный анализ в сервисе», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий»

В свою очередь дисциплина «Деловые переговоры и личные продажи» является базой для изучения таких дисциплин как «Управление продажами и мерчендайзинг»; «Сервисные технологии в коммерческой деятельности»; «Современные сервисные технологии в оптовой торговле».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1); готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); готовность к организации и проведению исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-14).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основы коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации для решения задач профессиональной деятельности

- принципы, способы и методы повышения качества обслуживания, формирования клиентурных отношений

- основы организации и проведению исследований социально- психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов

уметь:

- осуществлять обмен информацией при устных и письменных контактах в ситуациях повседневного и делового общения

- анализировать и оценивать возможности повышения качества обслуживания, формированию клиентурных отношений

- организовывать и проводить исследования социально- психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов

владеть:

- навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности

- механизмами и принципами повышения качества обслуживания, формированию клиентурных отношений

- навыками организации и проведению исследований социально- психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов

4. Содержание дисциплины

Основные положения теории коммуникации. Деловые переговоры: подготовка и проведение. Ведение переговоров. Этика делового общения

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Таможенный сервис»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить таможенную систему и рынок таможенных услуг Российской Федерации;
- рассмотреть законодательные основы организации и осуществления таможенного дела в России;
- дать понятие процедур таможенного декларирования, таможенного оформления и таможенного контроля товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации, а также показать этапы их практического осуществления;
- ознакомить студентов с таможенной документацией, пакетом документов, правилами их оформления и представлением в таможенные органы при осуществлении внешнеэкономических операций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Таможенный сервис» относится к вариативной части учебного плана, изучается в 4 семестре. Дисциплина «Таможенный сервис» базируется на таких курсах как «Правовое обеспечение сервисной деятельности», «Торговый менеджмент», «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях».

Знания, полученные в курсе «Таможенный сервис», будут востребованы студентами при подготовке выпускных квалификационных работ.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к организации и эффективному осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса (ПК-3); готовность к оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ (ПК-9); готовность обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса

- теорию качества процессов сервиса, услуг и работ

- объекты интеллектуальной собственности

уметь:

- осуществлять сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса

- использовать знания по оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ

- осуществлять правовую защиту объектов интеллектуальной собственности

владеть:

- навыками организации и эффективного осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса

- методами оценки и контроля качества процессов сервиса, услуг и работ

- навыками обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности

4. Содержание дисциплины

Развитие таможенных услуг в рамках процесса формирования таможни. Сущность таможенных услуг. Структура таможенных услуг. Свойства таможенных услуг. Формирование таможенных услуг во внешнеэкономической деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ассортиментная политика и управление товарными категориями»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - подготовка к решению организационных, научных, технических и правовых задач управления товарными категориями при проектировании, производстве и оказании разных услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления об ассортиментной политике как одном из важнейших элементов управления предприятием
- формирование у студентов теоретических знаний в области категорийного менеджмента
- освоение принципов формирования ассортимента предприятия
- изучение методов оценки эффективности ассортиментной политики фирмы
- изучение процесса управления товарными категориями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ассортиментная политика и управление товарными категориями» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы и реализуется во 2 семестре.

Дисциплина «Ассортиментная политика и управление товарными категориями» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Маркетинг услуг».

Знания, полученные в курсе «Ассортиментная политика и управление товарными категориями», будут востребованы студентами при изучении следующих дисциплин: «Логистическая система торгового предприятия»; «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к разработке и оптимизации процессов сервиса (ПК-2); способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10); готовность к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса (ПК-11); готовность к организации и проведению исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-14).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия ассортиментной политики и категорийного менеджмента, правила управления ассортиментом
- методы выделения товарных категории в ассортименте
- задачи, цели, методы, правила и общие признаки систематизации товаров и услуг на основе диагностики и анализа запросов потребителей
- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы ассортиментной политики предприятия

- методы изучения спроса на ассортимент предприятия в соответствии с поставленными целями, задачами, планом деятельности, с учетом социально-психологических особенностей потребителя

уметь:

- формировать ассортиментную политику предприятия
 - управлять ассортиментом предприятия, товарными категориями с целью предоставления качественных и конкурентоспособных товаров и услуг
 - анализировать спрос потребителей на товарные категории, предлагаемые предприятием
 - обосновать целесообразность выбора товаров, пользующихся наибольшим спросом в зависимости от конъюнктуры рынка и потребительского спроса
 - применять индивидуальный, дифференцированный подход к поставщикам и потребителям с учетом национально-региональных и демографических факторов
- владеть:
- навыками разработки и оптимизации процессов управления различными товарными категориями
 - навыками организации и управления ассортиментом товаров и товарными запасами на принципах категорийного менеджмента
 - методами анализа и оптимизации ассортиментной политики предприятия
 - аналитическими методами для оценки эффективности управления ассортиментом товаров в зависимости от конъюнктуры рынка и потребительского спроса
 - навыками организации и проведения исследований спроса на ассортимент предприятия в соответствии с учетом социально-психологических особенностей потребителя

4. Содержание дисциплины

Теоретические основы управления ассортиментов товаров и услуг. Стратегия и ассортиментная политика предприятия. Аналитические основы управления товарным ассортиментом. Формирование запасов предприятия. Введение в категорийный менеджмент. Понятие категорийного менеджмента. Методология категорийного ассортимента. Организационные моменты перехода на категорийный менеджмент

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часов).

6. Формы контроля – экзамен, курсовая работа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Франчайзинг в торговле»

1. Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цели освоения дисциплины - формирование у студентов знаний, умений и навыков в вопросах управления и сервиса предприятия торговли в условиях франчайзинга.

1.2. Задачи дисциплины:

- рассмотреть виды франчайзинга;
- изучить нормативные документы, регламентирующие осуществление договора франчайзинга;
- рассмотреть основные статьи, а также финансовые аспекты договора франчайзинга;
- показать основные преимущества и недостатки договора франчайзинга как для франчайзера, так и для франчайзи;
- сформировать навыки, необходимые для разработки системы франчайзинга, определение сферы интересов, разработки концепции франчайзинга, договора франчайзинга, руководства по франчайзингу и т.д.;

- изучить опыт использования договора франчайзинга за рубежом и в России.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана, изучается в 3 семестре.

Содержание курса базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в процессе изучения следующих дисциплин: «Системный анализ в сервисе», «Правовое обеспечение сервисной деятельности», «Ценовая политика предприятия», «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Франчайзинг в торговле», являются востребованными для изучения следующих дисциплин: «Сервисные технологии в коммерческой деятельности», «Таможенный сервис»; «Логистическая система торгового предприятия».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие у бакалавров следующих профессиональных компетенций: способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

– теоретические основы и закономерности управления предприятием сервиса в условиях франчайзинга; отечественный и зарубежный опыт работы предприятий сервиса в условиях франчайзинга и его использование для предоставления качественных и конкурентоспособных товаров, услуг и работ,

– правовые основы обеспечения защиты объектов интеллектуальной собственности в условиях франчайзинга;

уметь:

– предлагать способы управления предприятием сервиса на условиях франчайзинга для обеспечения качественных и конкурентоспособных товаров, услуг и работ,

– обеспечивать защиту объектов интеллектуальной собственности в рамках договора франчайзинга;

владеть:

– методами управления предприятием сервиса на условиях франчайзинга ,

– навыками практической работы с нормативно-правовыми актами с целью обеспечения правовой защиты объектов интеллектуальной собственности в рамках договора франчайзинга.

4. Содержание дисциплины.

Понятие и виды франчайзинга. Технология франчайзинга. История развития франчайзинга. Современное состояние и тенденции развития франчайзинга в России. Субъекты франчайзинга. Франчайзинговый договор в торговле. Франчайзинг как одна из стратегий управления интеллектуальным капиталом. Финансовые аспекты франчайзинга. Договор коммерческой концессии. Особенности франчайзинга в розничных торговых сетях. Международный франчайзинг и методы его реализации. Международные франчайзинговые организации и их роль в распространении франчайзинговых систем.

5. Общая трудоемкость дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часа)

6. Форма контроля: экзамен

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление продажами и мерчендайзинг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цели освоения дисциплины

Формирование знаний по изучению и анализу психологических факторов поведения потребителей в торговом пространстве с целью их наиболее эффективного применения в профессиональной деятельности. Программа предусматривает получение практических навыков в разработке и применении методов продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга.

1.2 Задачи дисциплины:

- вооружить будущих специалистов сферы товарного обращения глубокими и конкретными знаниями в области организации торгового пространства;
- привить навыки анализа факторов, влияющих на поведенческие реакции потребителей во времени и пространстве торгового зала;
- сформировать основы профессиональных умений в изучении и реализации мерчендайзинговых подходов;

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление продажами и мерчендайзинг» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы и реализуется в 3 семестре.

Дисциплина «Управление продажами и мерчендайзинг» базируется на знаниях, полученных в курсах «Маркетинг услуг», «Торговый менеджмент», «Деловые переговоры и личные продажи», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Управление продажами и мерчендайзинг», являются необходимыми для изучения следующих дисциплин: «Таможенный сервис»; «Логистическая система торгового предприятия».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к разработке и оптимизации процессов сервиса (ПК-2); готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- способы и методы управления продажами и мерчендайзинга для повышения эффективности деятельности предприятия
- особенности психологических факторов покупательского поведения при управлении продажами с целью повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений
- сущность управления продажами и мерчендайзинга, применяемого товаропроизводителем и розничным торговцем
- психологические особенности и специфику делового взаимодействия с клиентами различных типов поведения

уметь:

- оценивать рыночную ситуацию и особенности покупательского поведения с целью оптимизации процессов обслуживания

- понять запросы покупателя; настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения
 - выявлять ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями
 - проектировать планировку торгового зала и выкладку товаров
- владеть:
- способами и методами управления продажами, организации и регулирования процессов торгового сервиса на основе принципов мерчендайзинга
 - предлагать и реализовывать мероприятия по устранению недостатков и несоответствий торговой и сервисной деятельности потребностям клиентов в качественных и конкурентоспособных товарах и услугах
 - способами оптимизации процесса обслуживания с учетом особенностей поведения клиента
 - техникой воздействия на потребности покупателя и на принимаемые им решения

4. Содержание дисциплины

Сущность управления продажами. Функции процесса управления продажами. Техника и психология продаж. Мерчендайзинг: понятие и особенности. Правила мерчендайзинга. Управление продажами через внедрение технологий мерчендайзинга. Параметры расположения товаров и торгового оборудования. Атмосфера на месте продажи. Оценка эффективности мерчендайзинга. Управление мерчендайзингом.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. (144 часа).

6. Формы контроля – экзамен.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- определение основополагающих характеристик, составляющих потребительную стоимость;
- установление принципов и методов товароведения, обуславливающих его научные основы;
- систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования;
- изучение свойств и показателей ассортимента для анализа ассортиментной политики промышленной или торговой организации;
- управление ассортиментом организации;
- изучение потребительских свойств товаров из новых видов сырья и материалов;
- экспертиза качества товаров, выявление градации качества и дефектов товаров;
- информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя;
- товароведная характеристика конкретных товаров.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы и реализуется в 1 семестре.

Дисциплина «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях» базируется на экономических и товароведных дисциплинах бакалавриата.

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях», являются необходимыми для изучения

следующих дисциплин: «Управление продажами и мерчендайзинг»; «Экономический анализ деятельности предприятия сервиса»; «Ассортиментная политика и управление товарными категориями».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к совершенствованию и разработке новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-1); готовность к организации и эффективному осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса (ПК-3); готовность к оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- вопросы совершенствования новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
 - нормативно-правовые акты по оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ
 - организацию сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
- уметь:
- совершенствовать и разрабатывать новые методы проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
 - осуществлять сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
 - работать с нормативными документами и нормативно-справочной информацией, применяемыми при оценке и контролю качества процессов сервиса, услуг и работ
- владеть:
- методами проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса
 - методами организации и эффективного осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
 - методами оценки и контроля качества процессов сервиса, услуг и работ

4. Содержание дисциплины

Факторы, формирующие потребительские свойства бытовых химических товаров и изделий из пластмасс. Факторы, формирующие качество и классификация ассортимента парфюмерно-косметических товаров. Факторы, формирующие потребительские свойства коженно-обувных и пушно-меховых товаров. Товароведная характеристика и экспертиза качества зерна и продуктов его переработки. Товароведная характеристика и экспертиза качества кондитерских товаров. Товароведная характеристика и экспертиза качества молочных и мясных товаров.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачёт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Научные основы сервисной деятельности»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование у студентов знаний о концепции, принципах и методах научных исследований сервисной деятельности на основе системного подхода.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить роль научных исследований в совершенствовании обслуживания населения на основе системного подхода к знаниям;
- изучить направления развития научных исследований в сервисной деятельности;
- уяснить методiku научного поиска на основе специальных средств и методов получения новых знаний;
- уметь анализировать логику рассуждений и высказываний;
- уметь использовать современные информационные технологии при поиске и изучении литературных источников для оптимизации процессов сервиса;
- выработать навыки по разработке новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Научные основы сервисной деятельности» относится к вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана, изучается в 1 семестре.

Дисциплина «Научные основы сервисной деятельности» базируется на сервисных и научно-исследовательских дисциплинах бакалавриата.

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Научные основы сервисной деятельности», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Методология и методы научного исследования»; «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); готовность к анализу и синтезу научно-технической и организационно-экономической информации, российского и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-13); способность к моделированию и оптимизации процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя (ПК-18).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- специфику сервисной деятельности и особенности реализации ее служебной компоненты;
- критерии оптимизации сервисной деятельности;
- комплекс факторов, условий, форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода в сфере сервиса;
- критерии и специфику управленческого решения в условиях неопределенности и риска вкладываемых инвестиций;
- структуру, механизм и содержание основных управленческих технологий инновационного проектирования в сфере сервиса;

уметь:

- выявлять, интерпретировать и анализировать системообразующие элементы внешней среды хозяйствования сервисного предприятия;
- систематизировать современные методики и технологии научного поиска информации;
- критически оценивать, прогнозировать и оценивать возможные последствия информационного обеспечения принимаемых решений;
- организовать и анализировать информационные массивы, для обоснования и систематизации целевых установок предприятия сервиса;
- комбинировать набор методов оптимизации сервисной деятельности;
- обосновывать новые формы услуги потребителям с учетом системного подхода;
- анализировать факторы рыночной ситуации предприятия сервиса;

владеть:

- навыками системного анализа проблемы и ситуации принятия обоснованных решений на основе новых знаний;

- навыками работы с научной литературой, ее систематизации и обобщения, по определенным проблемам сервисной деятельности;
- навыками обработки данных, необходимых для научного поиска информации для предприятия сервиса;
- навыками разработки эффективных решений по оптимизации сервисной деятельности;
- навыками моделирования различных форм, методов и средств предоставления услуги потребителям;
- совершенствования приобретенных знаний и получения новых знаний, необходимых при научно–исследовательской работы обучающегося.

4. Содержание дисциплины

Роль научных исследований в совершенствовании социально-культурного обслуживания населения. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социально-экономические факторы развития сферы сервиса. Психологическая культура сервиса. Этическая культура сервиса.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методологический инструментарий сервисной деятельности»

1. Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цели освоения дисциплины -формирование у студентов знаний и умений в области сбора, обработки, систематизации информации сервисной деятельности в современных условиях.

1. 2. Задачи дисциплины:

- изучение основ процессного подхода к управлению организацией сервиса,
- формирование умения моделировать процессы сервиса,
- изучение инструментов анализа и оптимизации процессов сервиса,
- овладение навыками использования инструментальных систем моделирования управленческих решений сервисных предприятий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Содержание курса базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в процессе изучения сервисных и организационно-управленческих дисциплин бакалавриата (специалитета).

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины, являются основой для изучения следующих дисциплин: «Инновационные технологии сервисной деятельности», «Сервисные технологии в коммерческой деятельности» «Современные сервисные технологии в оптовой торговле», «Ассортиментная политика и управление товарными категориями», «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса», учебной, производственной и преддипломной практик.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие у бакалавров следующих профессиональных компетенций: готовность к совершенствованию и разработке новых методов проведения экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-1); готовность к проведению мониторинга потребительского спроса и прогнозированию развития предприятия сервиса (ПК-15); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

- методы технической диагностики объектов сервиса,
- варианты методики оценки инноваций;
- возможности использования инновационных технологий в процессе оказания услуг;

услуг;

- услуги предприятия сферы сервиса;

–организацию сервисной деятельности в зависимости от региональных особенностей;

- методы мониторинга потребительского спроса;
- методы поиска привлекательных сегментов рынка,
- инструменты по разработке новых услуг в сервисе;
- основы организации сервисной, предпринимательской деятельности;
- особенности организации контактной зоны работы с потребителями,
- методологические принципы сервисной деятельности;

уметь:

–проводить в процессе профессиональной деятельности экспертизу и диагностику объектов сервиса,

–использовать механизмы и методы маркетинговых исследований сервисной деятельности;

- проводить оценку потребительского спроса;

–осуществлять разработку стратегии развития предприятий услуг, сети предприятий услуг с учетом изменяющихся ценностей и потребительских предпочтений,

- пользоваться методами оценки предоставляемых услуг в сфере сервиса;

- развивать клиентурные отношения,

- осуществлять организацию предпринимательской деятельности в сфере сервиса,

- применять аналитические методы в социальном маркетинге;

владеть:

- различными методами диагностики сервисного предприятия,

–методами и способами проведения экспертизы и диагностики торговых предприятий;

–методами исследования потребительского спроса на рынке услуг с использованием современных научных методов,

–методологическими принципами и инструментами повышения эффективности сервисной деятельности;

- методами анализа процессов деятельности сервисного предприятия;

- современными технологиями формирования клиентурных отношений;

–приемами и методами эффективной организации контактной зоны для работы с потребителем,

–навыками оценки конкурентоспособности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей.

4.Содержание дисциплины.

Методологические принципы и инструменты сервисной деятельности. Теоретико-методологические основы управления конкурентоспособностью сервисных предприятий. Организационно-процессуальная методология управления сервисными предприятиями. Применение аналитических методов в социальном маркетинге. Креативная методология стратегического менеджмента. Методологический инструментарий управленческих решений сервисных предприятий.

5. Общая трудоемкость дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е.(72 часа)

6. Форма контроля: зачет

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Сервисные технологии в коммерческой деятельности»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование у студентов теоретической и прикладной системы знаний в области организации и управления сервисом в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование профессионального умения проведения диагностики объектов и субъектов коммерческой деятельности сферы услуг;
- овладение знаниями по внедрению и использованию новых услуг и прогрессивных технологий сервиса в сфере торгово-посреднического звена;
- формирование навыков анализа бизнес-среды и внутреннего сервиса предприятий торговли в целях организации позитивного микроклимата продаж и маркетинга взаимоотношений персонала с потребителем;
- обучение принятию необходимых решений в процессе повышения качества сервиса, обновления ассортимента товаров и услуг, стимулирования продаж и защиты прав потребителей.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Сервисные технологии в коммерческой деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается в 4 семестре.

Дисциплина «Сервисные технологии в коммерческой деятельности» базируется на таких курсах как «Маркетинг услуг», «Ценовая политика предприятия», «Торговое посредничество в сфере услуг», «Системный анализ в сервисе», «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Сервисные технологии в коммерческой деятельности», являются основой для написания выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к разработке и оптимизации процессов сервиса (ПК-2); готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- теорию и практику организации сервиса в торговле, историю его развития, особенности сервиса обслуживания на предприятиях торговли;
- основные принципы и подходы управления сервисом на месте продаж, до- и послепродажным сервисом, ассортиментом торговых услуг и качеством товара;
- аспекты культуры сервиса и торговли в процессе обслуживания потребителей, методику оценки их качества;
- особенности организации торгово-технологического процесса и системы сервиса обслуживания, правила поведения персонала;
- нормативно-правовую документацию в области торговли, стандарты соответствия.

уметь:

- организовать поиск необходимой информации, проводить анализ бизнес – среды и принимать правильные решения для достижения целей и коммерческого успеха;

- формировать и контролировать атмосферу продажи и обслуживания;
- принимать и самостоятельно решать возникшие проблемы, в том числе возникшие конфликтные ситуации.

владеть:

- навыками проведения анализа и прогноза, оценки влияния различных факторов на деятельность предприятия торговли и его систему сервиса;
- способностью планировать и управлять деятельностью магазина, персонала и продажей путем выбора соответствующей матрицы стратегий и тактики;
- компетентно внедрять в практику торговли новые услуги и прогрессивные технологии обслуживания потребителей.

4. Содержание дисциплины

Коммерческая деятельность и услуги торгово-посреднического бизнеса. Организация предпродажного сервиса торгового предприятия. Послепродажный сервис. Послегарантийный сервис в коммерческой деятельности. Фирменный сервис.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Инновационные технологии сервисной деятельности»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - формирование у студентов знаний и умений в области внедрения инновационных технологий сервисной деятельности, изучение путей эффективного использования инновационных технологий в сервисной деятельности предприятий в современных условиях.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование у студентов четкого представления о научно-техническом прогрессе и основных его направлениях в сфере сервиса в России и за рубежом;
- формирование знаний об особенностях инновационных технологий в сервисной деятельности, механизме их реализации;
- получение практических навыков использования усвоенных знаний в области управления инновационными технологиями в сервисной деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Инновационные технологии сервисной деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается в 4 семестре.

Дисциплина «Инновационные технологии сервисной деятельности» базируется на таких курсах как «Правовое обеспечение сервисной деятельности», «Управление качеством услуг и работ», «Торговый менеджмент», «Управление продажами и мерчендайзинг», «Маркетинг услуг», «Ценовая политика предприятия», «Торговое посредничество в сфере услуг», «Системный анализ в сервисе», «Бизнес-планирование и оптимизация процессов сервиса».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Инновационные технологии сервисной деятельности», являются необходимыми для написания выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей (ПК-1б); готовность к обоснованию и проектированию новых форм и методов предоставления

услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности (ПК-19).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- понятие и виды инноваций;
- возможности использования инновационных технологий в процессе оказания

услуг;

- основы разработки новых услуг в сервисной деятельности;
- основные направления инновационного развития торговли и сферы услуг;

уметь:

- разрабатывать и внедрять инновационные проекты в сфере сервиса и торговли;
- использовать механизмы проектирования процесса услуг на базе инновационных

технологий;

- анализировать риски в инновационной деятельности;

владеть:

- способностью внедрять новые формы и методы предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности;

- навыками анализа процесса обслуживания для улучшения удовлетворения запросов потребителей.

4. Содержание дисциплины

Роль инноваций в процессах развития. Инновационное проектирование.

Интеллектуальная собственность в инновационном процессе. Экономическая оценка эффективности инновационных проектов.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. (72 часа).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ценовая политика предприятия»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере сервиса.

1.2 Задачи дисциплины:

- обучение основам ценовой политики с использованием инструментария стратегического планирования;

- изучение системы факторов, определяющих ценовую политику организации;

- изучение проблемы ценовой чувствительности;

- освоение методов определения спроса с целью определения оптимальной рыночной цены;

- приобретение навыков по выбору методов расчета цены;

- приобретение умений по оперативному изменению цен через систему скидок.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Ценовая политика предприятия» входит в вариативную часть учебного плана и относится к дисциплинам по выбору, изучается в 2 семестре.

Дисциплина «Ценовая политика предприятия» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Торговый менеджмент», «Маркетинг услуг».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Ценовая политика предприятия», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Бизнес-

планирование и оптимизация процессов сервиса»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций: способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основы ценообразования на товары и услуги
- особенности регулирования цен от конъюнктуры рынка услуг и потребительского

спроса

уметь:

- выявлять возможности различных рынков и возможности предприятия в удовлетворении рыночного спроса;
- выбирать и оценивать стратегии предприятия в области ценообразования;
- обеспечивать конкурентоспособность предприятия на основе формирования

грамотной ценовой политики

владеть:

- методологией ценообразования; основными подходами, используемыми при расчете цен;
- методами разработки и реализации стратегии и тактики ценообразования; методиками расчета цен; способами страхования цен

4. Содержание дисциплины

Цена как экономическая категория. Система цен в рыночной экономике. Методология ценообразования. Государственное регулирование цен. Ценовая политика организации. Система ценовых стратегий.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Торговое посредничество в сфере услуг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины - освоение теоретических положений и практических подходов к эффективному управлению стратегией торгового посредника в коммерческо-логистических системах сферы услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение структуры и содержания функциональной деятельности торгового посредника;
- изучение организации коммерческой деятельности торгового посредника по сбыту;
- изучение организации коммерческой деятельности торгового посредника по закупкам;
- изучение существующих подходов к интеграции цепи поставок;
- изучение специфики позиционирования торгового посредника в цепи поставок.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Торговое посредничество в сфере услуг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается в 2 семестре.

Дисциплина «Торговое посредничество в сфере услуг» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Торговый менеджмент», «Маркетинг услуг», «Деловые переговоры и личные продажи».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Торговое посредничество в сфере услуг», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Правовое обеспечение сервисной деятельности»; «Логистическая система торгового предприятия»; «Управление продажами и мерчендайзинг».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к разработке и оптимизации процессов сервиса (ПК-2); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основы разработки и оптимизации процессов сервиса
- запросы потребителей и оптимальный вариант процесса сервиса
- теорию сервисной, предпринимательской деятельности, клиентурных отношений, контактной зоны для работы с потребителем

уметь:

- разрабатывать процессы сервиса
- анализировать запросы потребителей, синтезировать оптимальный вариант процесса сервиса
- организовать сервисную, предпринимательскую деятельность, формировать клиентурные отношения, проектировать контактную зону для работы с потребителем

владеть:

- навыками разработки и оптимизации процессов сервиса
- методами диагностики и анализа запросов потребителей, синтеза оптимального варианта процесса сервиса
- навыками организации сервисной, предпринимательской деятельности, формирования клиентурных отношений, проектирования контактной зоны для работы с потребителем

4. Содержание дисциплины

Понятие, сущность и значение посреднических услуг и посреднической деятельности. Сферы посреднической деятельности. Виды посреднических услуг и их характеристика. Коммерческо-посредническая деятельность: понятие, сущность, значение. Классификация торгово-посреднических услуг. Функциональное назначение торгового посредника в цепи поставок.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Адаптивные образовательные технологии»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель дисциплины - сформировать умения и навыки эффективного поведения в процессе общения.

1.2 Задачи дисциплины:

–научить использовать нормы позитивного социального поведения, реализовывать свои права адекватно законодательству;

–сформировать представления о механизмах социальной адаптации в профессиональной деятельности;

–сформировать представления об основополагающих международных документах, относящихся к правам лиц с ОВЗ; основах гражданского, семейного, трудового законодательства, особенности регулирования труда лиц с ОВЗ; основные правовых гарантиях инвалидов в области социальной защиты и образования;

–научить анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;

–научить составлению необходимых заявительных документов, резюме, осуществлению самопрезентации при трудоустройстве;

–научить использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Адаптивные образовательные технологии (Адаптационная специализированная дисциплина) относится к вариативной части, изучается во 2 семестре.

Предлагается для освоения студентам, имеющим особые образовательные потребности (ОВЗ или инвалидность). Предшествующие дисциплины и практики не предусмотрены основной образовательной программой. Знания и навыки, полученные в ходе освоения дисциплины, будут востребованы в ходе освоения профессиональных компетенций, подготовки и написания выпускной квалификационной работы, прохождения практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2); готовность к анализу и синтезу научно-технической и организационно-экономической информации, российского и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-13).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основные направления коррекционно-развивающих программ для лиц с ограниченными возможностями здоровья;

- специфику проектирования и использования коррекционно-развивающих программ в области психолого-педагогического сопровождения лиц с ОВЗ;

- методологию разработки коррекционно-развивающих программ в области психолого-педагогического сопровождения лиц при формировании профессиональных компетенций

уметь:

- использовать современные коррекционно-развивающие программы в области психолого-педагогического сопровождения лиц с ОВЗ;

- осуществлять рациональный выбор коррекционно-развивающих программ в зависимости от структуры дефекта лиц с ОВЗ;

- разрабатывать коррекционно-педагогические и реабилитационные программы на основе личностно-ориентированного и индивидуально-дифференцированного подходов лиц с ОВЗ

владеть:

-навыками использования коррекционно-развивающих программ в области коррекционно-развивающих программ в области психолого-педагогического сопровождения лиц с ОВЗ;

- навыками проектирования и выбора реализации коррекционно-образовательных программ на основе личностно-ориентированного и индивидуально-дифференцированного подходов к лицам с ОВЗ.

- технологиями разработки новых коррекционно-развивающих программ в зависимости от структуры дефекта лиц с ограниченными возможностями здоровья

4. Содержание дисциплины

Социально-психологическая адаптация как процесс. основополагающие международные документы по правам человека. Основы российского законодательства

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Система менеджмента качества»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков в области управления качеством, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере сервиса и торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- определение сущности, роли, места управления качеством в рыночной экономике;
- освоение функционирования современных инструментов управления качеством, изучение влияния качества изделий и услуг на конкурентоспособность предприятия в целом;
- освоение технологии введения на предприятиях международных стандартов ИСО 9000.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Система менеджмента качества» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается во 2 семестре.

Дисциплина «Система менеджмента качества» базируется на таких курсах как «Научные основы сервисной деятельности», «Системный анализ в сервисе».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Системы менеджмента качества», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Правовое обеспечение сервисной деятельности»; «Экспертиза и диагностика объектов и систем сервиса».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2); готовность к организации и эффективному осуществлению сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса (ПК-3); готовность к обоснованию и проектированию новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности (ПК-19).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

- сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
- современные достижения науки, техники, технологии, экономики и развитие инноваций в сервисной деятельности

уметь:

- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности
- осуществлять сквозной контроль качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса
- обосновывать и проектировать новые формы и методы предоставления услуги

владеть:

- навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

- методами организации и эффективного осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, параметров процессов сервиса, используемых материальных и нематериальных ресурсов и систем сервиса

- навыками обоснования и проектирования новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности

4. Содержание дисциплины

Развитие систем управления качеством продукции и услуг. Национальные и международные системы менеджмента качества на базе стандартов ИСО 9000. Национальные и международные системы безопасности продукции на базе стандартов ИСО 22000 и принципов ХАСПП. Системы экологического менеджмента на базе стандартов ИСО 1400. Внедрение системы менеджмента качества на предприятии и управление качеством в рамках антикризисного управления.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Современные технологии интернет-торговли»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины - формирование у студентов знаний и умений в области внедрения и использования интернет-технологий на предприятиях сферы услуг в современных условиях.

1.2 Задачи дисциплины:

- подготовки специалистов к использованию современных Интернет-технологий в их профессиональной деятельности;
- знакомство с характерными особенностями современного бизнес-пространства, основанного на сетях, и возможностями единой информационной бизнес-среды;
- исследования взаимосвязи степени внедрения и использования передовых информационно-коммуникационных технологий в деятельности коммерческой фирмы с ее поведением на рынке;
- изучения функций и возможностей интернет-технологий для организации коммуникационных процессов в деятельности предприятий сервиса.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Современные технологии интернет-торговли» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается во 2 семестре.

Дисциплина «Современные технологии интернет-торговли» базируется на таких курсах как «Системный анализ в сервисе», «Торговый менеджмент», «Маркетинг услуг», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Современные технологии интернет-торговли», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Сервисные технологии в коммерческой деятельности»; «Логистическая система торгового предприятия».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); готовность к проведению мониторинга потребительского спроса и прогнозированию развития предприятия сервиса (ПК-15); способность к моделированию и оптимизации процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя (ПК-18).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- возможности использования торговых интернет-технологий в процессе оказания услуг;

- источники и формы финансирования интернет-торговли на предприятиях сферы услуг;

- понятие и виды информационных технологий;

- основы разработки интернет-услуг в торговле и сервисе;

уметь:

- разрабатывать и внедрять интернет-технологии в торговле;

- анализировать риски интернет-торговли в деятельности предприятий сервиса;

- использовать механизмы создания интернет-торговли на предприятиях сервиса;

владеть:

- способностью внедрять информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований интернет-торговли;

- навыками проведения мониторинга потребительского спроса и прогнозированию развития предприятия сервиса;

- навыками планирования деятельности предприятия сервиса с использованием интернет-торговли.

4. Содержание дисциплины

Информационные технологии и их роль в становлении интернет-торговли. Информационные сети и интернет-торговля. Автоматизация идентификации товаров. Электронные платежи и системы электронных платежей. Правовые основы интернет-торговли. Безопасность в информационных системах.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Современные сервисные технологии в оптовой торговле»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины - усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в сфере торговли.

1.2 Задачи дисциплины:

- раскрыть научные основы организации деятельности оптовых предприятий;

- дать характеристику базовым категориям и законам теории организации коммерческой деятельности оптовых предприятий;
- изучить особенности организации стимулирования сбыта продукции;
- рассмотреть особенности управления системой товароснабжения, в т. ч. закупочной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Современные сервисные технологии в оптовой торговле» входит в вариативную часть блока дисциплин учебного плана, дисциплина по выбору, изучается в 3 семестре.

Дисциплина «Современные сервисные технологии в оптовой торговле» базируется на таких курсах как «Торговый менеджмент», «Маркетинг услуг», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий», «Торговое посредничество в сфере услуг».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Современные сервисные технологии в оптовой торговле», могут быть полезными для изучения следующих дисциплин: «Инновационные технологии сервисной деятельности»; «Сервисные технологии в коммерческой деятельности».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: способность к разработке и оптимизации процессов сервиса (ПК-2); способность анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей (ПК-16); способность к организации сервисной, предпринимательской деятельности, формированию клиентурных отношений, проектированию контактной зоны для работы с потребителем (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основы разработки и оптимизации процессов сервиса
- процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей
- теорию сервисной, предпринимательской деятельности, клиентурных отношений, контактной зоны для работы с потребителем

уметь:

- разрабатывать процессы сервиса
- анализировать процесс сервиса как объект удовлетворения запросов потребителей
- организовать сервисную, предпринимательскую деятельность, формировать клиентурные отношения, проектировать контактную зону для работы с потребителем

владеть:

- навыками разработки и оптимизации процессов сервиса
- навыками анализа процесса сервиса как объекта удовлетворения запросов потребителей
- навыками организации сервисной, предпринимательской деятельности, формирования клиентурных отношений, проектирования контактной зоны для работы с потребителем

4. Содержание дисциплины

Государственное регулирование деятельности оптовых предприятий. Предприятия оптовой торговли как субъекты коммерческой деятельности. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле. Склады как основа оптовых предприятий. Оптовые посредники: их виды и функции. Применение современных технологий и новых форм торговли в коммерческой деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

6. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бренд-менеджмент товаров и услуг»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины - изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности предприятий сферы услуг, формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки услуг.

1.2 Задачи дисциплины:

- исследование совокупности характеристик товаров и услуг, воплощенных в образе бренда;
- анализ концепции позиционирования бренда;
- диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом;
- изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем в сфере обслуживания.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Бренд-менеджмент товаров и услуг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, изучается в 3 семестре.

Дисциплина «Бренд-менеджмент товаров и услуг» базируется на таких курсах как «Торговый менеджмент», «Маркетинг услуг», «Методология торгового обслуживания на различных типах предприятий», «Торговое посредничество в сфере услуг».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Бренд-менеджмент товаров и услуг», являются основой для изучения следующих дисциплин: «Инновационные технологии сервисной деятельности»; «Сервисные технологии в коммерческой деятельности».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций: готовность к деятельности по повышению качества обслуживания, формированию клиентурных отношений (ПК-4); готовность к диагностике и анализу запросов потребителей, синтезу оптимального варианта процесса сервиса (ПК-10); готовность обеспечить правовую защиту объектов интеллектуальной собственности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- принципы, стратегии бренд-менеджмента и его роль в формировании клиентурных отношений;
- принципы управления запросами потребителей;
- правовые основы брендинга;

уметь:

- использовать потребительские ценности, стереотипы в формировании клиентурных отношений;
- использовать технологии формирования потребительских ценностей;
- обеспечивать правовую защиту объектов интеллектуальной собственности при использовании товарных знаков и знаков обслуживания;

владеть:

- технологиями создания ценностей для потребителей,
- методами позиционирования брендов товаров/услуг с учетом запросов потребителей;
- процедурой регистрации товарных знаков и знаков обслуживания.

4. Содержание дисциплины

Основные характеристики бренд-менеджмента. Концепция и стратегии управления брендом. Концепция позиционирования бренда. Конкурентные преимущества.

Интегрированный брендинг. Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте. Марочный капитал. Управление лояльностью к бренду. Практический бренд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки. Правовые основы брендинга. Индивидуальность бренда.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

8. Формы контроля – зачет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Антикризисное управление сервисной деятельностью»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цели дисциплины - приобретение обучающимися знаний, умений, навыков, ценностных установок и компетенций об основных концепциях антикризисного управления предприятий сервиса, а также выработка навыков принятий управленческих антикризисных решений в сервисе.

1.2 Задачами дисциплины являются:

- обеспечить общий уровень экономической культуры обучающихся, необходимый им при использовании полученных знаний в их будущей профессиональной деятельности;
- рассмотреть особенности антикризисного управления предприятием сервиса и его применения к ситуациям и проблемам управления;

- дать обучающимся минимально необходимый объем теоретических знаний и практических навыков антикризисного управления для решения практических проблем управления с целью укрепления рыночных позиций предприятия сервиса;

- обеспечить:

- а) овладение обучающимися системой ценностных установок и знаний, включающих в себя факты, мнения, понятия, представления, теории, принципы, концепции, значимые связи и идеи о методологических основах принятия финансовых решений в кризисных ситуациях предприятий сервиса;

- б) развитие у обучающихся навыков самостоятельной работы;

- в) закрепление методики анализа и обобщения цифрового материала;

- г) совершенствование умений и навыков творческой работы с научной и специальной литературой.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Антикризисное управление сервисной деятельностью» относится к факультативным дисциплинам учебного плана. Курс изучается в 3-4 семестрах.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Антикризисное управление сервисной деятельностью», являются необходимыми при написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: способность управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ (ПК-8); готовность к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса (ПК-11); готовность к организации и проведению исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-19).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основы управления предприятием сервиса, трудовым коллективом;

- методы анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса;

- основы проектирования новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности.

уметь:

- управлять предприятием сервиса, трудовым коллективом, обеспечивать предоставление качественных и конкурентоспособных услуг и работ;

- применять методы анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса;

- обосновывать и проектировать новые формы и методы предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности;

владеть:

- навыками управления предприятием сервиса, трудовым коллективом;

- методами анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, возможных траекторий его развития в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса;

- навыками обоснования и проектирования новых форм и методов предоставления услуги на основе системного подхода и современных достижений науки, техники, технологии, экономики и развития инноваций в сервисной деятельности.

4. Содержание дисциплины

Необходимость, возможность и содержание антикризисного управления. Понятие, цели и задачи антикризисного управления (менеджмента). Антикризисное управление в зависимости от типа кризиса. Антикризисное управление на различных стадиях кризиса. Организационные формы антикризисного управления. Цели, задачи и сущность внутреннего антикризисного управления (менеджмента). Обеспечение антикризисного управления (менеджмента). Сущность, задачи и виды финансового анализа в антикризисном управлении. Методы финансового анализа в антикризисном управлении. Этапы финансового анализа в антикризисном управлении. Модели финансового анализа в антикризисном управлении. Понятие организационных преобразований в антикризисном управлении. Внешняя среда антикризисного управления. Процессные антикризисные преобразования. Продуктовые антикризисные преобразования. Ресурсные антикризисные преобразования. Банкротство предприятий сервиса. Природа и классификация управленческих рисков. Классификация рисков в антикризисном управлении. Управление риском: возможности, средства, факторы. Технология разработки управленческих решений в антикризисном управлении. Роль инноваций в антикризисном управлении малым бизнесом. Виды инноваций. Современные трактовки инноваций и определение ее сущности. Инновационный потенциал в системе факторов экономической динамики воспроизводства. Инновации - ведущее средство антикризисного менеджмента.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 2 з.е. (108 часа).

6. Формы контроля – зачет.