Учебная дисциплина по выбору студентов

**«Мерчендайзинг»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Название учебной дисциплины по выбору студента | Мерчендайзинг |
| 2. | Специальность | 1-26 02 05 «Логистика»  1-25 01 09 «Коммерческая деятельность» |
| 3. | Курс обучения | Г-3 (2021), Г-3 (2022), Гс-3 (2021), Гс-2з (2022)  Кс-2з (2021) |
| 4. | Семестр обучения | 5 семестр, 6 семестр, 5 семестр, 4 семестр  4 семестр |
| 5. | Трудоемкость в зачетных единицах | 3,0 зачетные единицы |
| 6. | Ф.И.О. преподавателя, должность, ученая степень, ученое звание | Гурская С.П., доцент кафедры коммерции и логистики, к.э.н., доцент |
| 7. | Цель учебной дисциплины по выбору студента | Получить глубокие теоретические знания и практические навыки по использованию методов и рыночных инструментов для продвижения товаров в розничной торговой сети |
| 8. | Перечень дисциплин – предшественников | Распределительная логистика (Г)  Организация и технология торговли (К) |
| 9. | Краткое содержание учебной дисциплины по выбору студента | Происходящие процессы на потребительском рынке привели к изменению покупателя, который становится более взыскательным, поскольку имеет возможность выбора продавца, способного обеспечить реализацию ожидаемого уровня потребительских предложений. В таких условиях конкурентные преимущества получают те субъекты торговли, которые осваивают и внедряют современные технологии продаж.  Основные темы учебной дисциплины:  1. Торговые объекты в розничной торговле, их размещение  2. Организация технологических процессов в розничных торговых объектах Торговые объекты  3. Введение в мерчендайзинг  4. Трехуровневая концепция мерчендайзинга  5. Стимулирование розничных продаж |
| 10. | Перечень рекомендуемой литературы | 1. Управление продажами : учебное пособие / С. П. Гурская и   др.. – Минск: Выш. школа, 2015. – 303 с.   1. Управление продажами : практикум / под ред. С.П. Гурской.   – Гомель: БТЭУ, 2014. – 165 с.  3. ЭУМК «Мерчендайзинг» для специальности 1-26 02 05 «Логистика».  Авторы-составители: Гурская СП., Юркова И.Б.  Регистрационный № 5142126007 от 29.06.2021. |
| 11. | Методы преподавания | Технологии модульно-рейтингового обучения, коммуникативные технологии (дискуссии, защита презентаций), игровые технологии (деловые игры, кейсы). |
| 12. | Язык обучения | Русский |

Учебная дисциплина по выбору студентов

**«Исследование и анализ товарных рынков»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Название учебной дисциплины по выбору студента | Исследование и анализ товарных рынков | | |
| 2. | Специальность | 1-26 02 05 Логистика | | 1-25 01 10  Коммерческая деятельность |
| Г  (дневная форма получения образования, полный срок обучения) | Гсз  (заочная форма получения образования, сокращённый срок обучения) | Ксз  (заочная форма получения образования, сокращённый срок обучения) |
| 3. | Курс обучения | 3 (набор 2021)  3 (набор 2022) | 3 (набор 2021)  2 (набор 2022) | 2 (набор 2021) |
| 4. | Семестр обучения | 5 (набор 2021)  6 (набор 2022) | 5 (набор 2021)  4 (набор 2022) | 4 (набор 2021) |
| 5. | Трудоемкость в зачетных единицах | 3 зачетные единицы | | |
| 6. | Ф.И.О. преподавателя, должность, ученая степень, ученое звание | Савостенко Наталья Александровна, старший преподаватель кафедры коммерции и логистики | | |
| 7. | Цель учебной дисциплины по выбору студента | Цель учебной дисциплины – обучить студентов умению проводить рыночные исследования, исследовать и анализировать тенденции развития и конъюнктуру товарных рынков, оценивать степень их концентрации и параметры роста. | | |
| 8. | Перечень учебных дисциплин – предшественников | Экономическая теория, Национальная экономика, Товароведение, Прикладной маркетинг, Закупочная логистика | | |
| 9. | Краткое содержание учебной дисциплины по выбору студента (аннотация) | Актуальность учебной дисциплины для студентов определяется потребностью организаций реального сектора экономики в специалистах, обладающих компетенциями по определению тенденций и детерминант развития социально-экономических отношений, формирующих товарные рынки.  Основные темы учебной дисциплины:  1. Основы функционирования товарных рынков.  2. Методические основы организации и осуществления деятельности по исследованию товарных рынков.  3. Технологии определения и анализа показателей, характеризующих товарный рынок.  4. Механизмы и процедуры исследования факторов, определяющих состояние и динамику развития товарных рынков.  5. Роль государства в обеспечении функционирования рынка.  6. Особенности исследования инфраструктуры товарных рынков.  7. Основы анализа взаимосвязей товарных рынков с иными сферами экономики.  8. Прогнозирование развития товарных рынков. | | |
| 10. | Перечень рекомендуемой литературы | 1. Заздравных, А. В. Теория отраслевых рынков : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / А.В. Заздравных, Е.Ю. Бойцова. - Москва : Юрайт, 2017. - 286 с.  2. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка: учеб. пособие / Л.А. Ибрагимов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015.– 359 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://bibioclub/ru/index.php?page=436707> (дата обращения: 14.12.2020). – ISBN 978-5-238-01438-8. – Текст : электронный.  3. Инфраструктура товарного рынка: учебно-метод. комплекс/ С.П. Гурская [и др.]; под общ. ред. С.П. Гурской. – Гомель: БТЭУ, 2016. – 300 с  4.Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» (профиль «Маркетинг»). - Москва : Дашков и К, 2017. - 293 с. | | |
| 11. | Методы преподавания | Технологии модульно-рейтингового обучения, коммуникативные технологии (дискуссии, «мозговой штурм»), игровые технологии (игровые ситуации, задания на основе использования матричных методов). | | |
| 12. | Язык обучения | Русский | | |