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 семестр4 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 объекты3. Введение в мерчендайзинг4. Трехуровневая концепция мерчендайзинга5. 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 10Коммерческая 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 с4.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 |