

АННОТАЦИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль) – Маркетинг в торговле

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Форма обучения – Очная, очно-заочная, заочная

Нормативный срок освоения образовательной программы – 4 года

1. Цель образовательной программы

Подготовка квалифицированных специалистов способных управлять интегрированными маркетинговыми коммуникациями, а так же формирование компетенций для оптимизации маркетинговой деятельности, необходимой для обеспечения удовлетворенности потребителей и повышения конкурентоспособности компании, работающей в условиях рыночной экономики.

2. Область профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, рекламы и торгово-посреднической деятельности.

3. Виды и задачи профессиональной деятельности

Научно-исследовательская деятельность

Задачи:

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Торгово-технологическая деятельность

Задачи:

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
- организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
- организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;
- проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
- регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;
- организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;
- участие в обеспечении товародвижения, его учета, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;

- осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и по движению товаров;
- участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
- организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;
- участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
- обеспечение сохранности товаров в процессе их товародвижения;
- регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;
- участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;
- соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;
- оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов).

Логистическая деятельность

Задачи:

- выбор или формирование логистических цепей в торговле;
- участие в разработке логистических схем в торговле;
- управление логистическими процессами.

Организационно-управленческая деятельность

Задачи:

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;
- составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления;
- соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
- выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;
- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров;
- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;
- управление товарными запасами и их оптимизация;
- управление персоналом;
- анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);
- организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной).

4. Профессиональные дисциплины

- Статистика
- Бухгалтерский учет
- Маркетинг
- Управление маркетингом торгового проекта
- Менеджмент
- Рекламный менеджмент
- Стратегический маркетинг
- Маркетинг услуг
- Управление интегрированными коммуникациями
- Международный маркетинг
- Мобильный маркетинг
- Торговый маркетинг
- Event-маркетинг
- Рекламные технологии прямого и сетевого маркетинга
- Маркетинговые исследования

Преподавание дисциплин осуществляется с применением инновационных технологий обучения: интерактивные лекции, групповые дискуссии и метод проектов, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей, проведение деловых, ролевых игр, тренингов.

5. Возможные места практик

- PR-агентство «Inmar Relations»
- ООО ГК «Реклама Онлайн»
- ООО «Агентство стратегических коммуникаций «В'ДА»
- ЗАО «Маркетинговое Агентство «Люди Дела»
- ООО «Компания Чистая вода»
- АНО «Масс-медиа-центр»
- Агентство интернет-маркетинга «Директ Лайн»
- ООО Группа компаний «Выбери радио»
- ООО «Сибирь Экспоцентр»
- ITE Siberia
- ООО АК «Банзай»
- ООО «Агат маркетинг»
- Коммуникационная группа Petra
- ООО «АГТ-Сибирь» (Коммуникационное Агентство «АГТ – Сибирь»)
- Рекламное агентство полного цикла «Б-52»
- ООО «Оланд групп» - рекламно-маркетинговая компания «Global Marketing»
- ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»
- Коммуникативное агентство EMS
- ООО «Дубль Гис»
- ГБУ НСО «Агентство регионального маркетинга»
- Новосибирский филиал ЗАО «ИД «Комсомольская правда»

6. Условия реализации образовательной программы

Учебно-методическое обеспечение

Уровень обеспеченности образовательной программы бакалавриата учебно-методической документацией и информационными материалами по каждой учебной

дисциплине соответствует требованиям п. 7.3 ФГОС ВО.

Учебно-методические материалы по всем дисциплинам образовательной программы представлены на информационном ресурсе сайта НГУЭУ (<http://nsuem.ru>).

Библиотечный фонд НГУЭУ укомплектован актуальными печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам.

Электронно-библиотечная система «znanium.com» обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

Кадровое обеспечение

Реализация данной образовательной программы обеспечена научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Ведущие преподаватели

- Воловская Нина Михайловна, д-р социол. наук, профессор
- Плюснина Лидия Константиновна, д-р социол. наук, профессор
- Гончарова Алла Васильевна, д-р экон. наук, профессор
- Мышанский Андрей Алексеевич, кан. истор. наук, доцент
- Маркасов Максим Юрьевич, канд. филол. наук, доцент
- Маркасова Ольга Александровна, канд. филол. наук, доцент
- Сабадаш Андрей Григорьевич, канд. психол. наук, доцент
- Ситникова Яна Валерьевна, канд. экон. наук, доцент
- Карицкая Ирина Михайловна, канд. социол. наук, доцент
- Шадрина Любовь Юрьевна, канд. социол. наук, доцент
- Верховланцев Владимир Иванович, президент Коммуникационной группы Petra;
- Агамян Елена Юрьевна, канд. социол. наук, заместитель директора по общественно-политическому и художественному вещанию канала ОТС

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические условия реализации образовательного процесса подготовки бакалавров соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и обеспечивают проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом.

Для реализации бакалаврской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя специально оборудованные кабинеты и аудитории:

- компьютерные классы;
- лингафонные кабинеты;
- аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

Статистические системы для анализа данных и обработки результатов эмпирических исследований:

- IBM SPSS Statistic 23
- Statistica Base 12
- Adobe® Creative Suite Master Collection
- CorelDraw
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- CorelDraw
- Adobe InDesign.