**Введение**

В представленном УМК (ЭУМК) «Торговое оборудование» объединены структурные элементы научно-методического обеспечения соответствующей учебной дисциплины, которое призвано обеспечить получение высшего профессионального образования, повысить его качество, и основано на результатах фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере торговли.

Авторы УМК (ЭУМК): доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках БГЭУ Костенко Е.М., ассистент Червинская А.И.

Учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Торговое оборудование» обеспечивает изучение учебной одноименной дисциплины, которая относится к числу специальных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов в области торговли. Использование специалистами в своей профессиональной деятельности знаний в области торгового оборудования будет способствовать эффективной работе торговых организаций и предприятий на потребительском рынке.

Цель разработки УМК (ЭУМК) учебной дисциплины – научно-методическое обеспечение формирования профессиональных знаний в области коммерческой деятельности, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения.

Задачи, решаемые методическим обеспечением:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам торгового оборудования и cформировать у них соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные решения;

- сформировать у студентов четкое представление об особенностях использования торгового оборудования;

- привить студентам практические навыки выбора и эксплуатации торгового оборудования во всех звеньях торговой цепи.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста.

Специалист должен быть способен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

ПК- 2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК- 3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-8. Анализировать внутренний рынок и закономерности его развития. Исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.

ПК-9. Исследовать и оценивать потребительские предпочтения, уметь их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций.

ПК-11. Устанавливать деловые связи с поставщиками, разрабатывать и заключать контракты на поставку товара.

ПК-12. Управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения.

ПК-25. Изучать и анализировать тенденции развития потребительского рынка.

ПК-27. Проводить исследования в области совершенствования методологии продвижения и реализации продукции и товаров.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать:*

* нормативные правовые акты по организации технологического оснащения торговли;
* торговую и технологическую терминологию;
* процессы и тенденции развития торговли;
* принципы формирования материально-технической базы отрасли и возможности ее расширения и реконструкции;
* оборудование, используемомое в отрасли;
* принципы устройства, технико-экономические и эксплуатационные характеристики торгового оборудования;
* правильную организацию эксплуатации техники;
* принципы обоснования и расчета потребности предприятия в торговом оборудовании;
* тенденции инновационного развития торгового оборудования и техники.

В процессе изучения дисциплины рассматриваются тенденции развития торговой отрасли с точки зрения оптимального оснащения торговой техникой, методы оценки и выбора наиболее экономичных решений торговых, технологических и др. процессов и управления ими. Это позволяет студентам получить навыки рациональной организации торговых и технологических процессов, решения хозяйственных задач, возникающих в торговых организациях, принимать обоснованные решения по совершенствованию деятельности торговых организаций, базирующиеся на использовании современных технологий отрасли.

Материал, излагаемый в УМК (ЭУМК), базируется на теоретических и методологических разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам торговли, а также на основе изучения и анализа передового мирового и отечественного опыта развития торговли. УМК (ЭУМК) «Торговое оболрудование» тесно связана с другими УМК (ЭУМК) специальности, и, в первую очередь, с такими как «Организация и технология отрасли», «Коммерческая деятельность», «Экономика отрасли».