Введение

В УМК (ЭУМК) «Дистрибуция непродовольственных товаров» 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.

Автор УМК (ЭУМК): заведующий кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» Климченя Л.С. , канд. экон. наук, доцент

Учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Дистрибуция непродовольственных товаров» обеспечивает изучение одноименной учебной дисциплины, которая относится к числу специальных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки по специальности 1 – 25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров». Использование специалистами в своей профессиональной деятельности знаний в области дистрибуции товаров будет способствовать эффективной работе торговых организаций и предприятий на потребительском рынке.

Цель разработки УМК (ЭУМК) учебной дисциплины «Дистрибуция непродовольственных товаров» – научно-методическое обеспечение формирования профессиональных знаний в области дистрибуции товаров, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения.

Задачи, решаемые методическим обеспечением:

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

- привить студентам практические навыки разработки систем дистрибуции для разных групп товаров и видов.

Требования к профессиональным компетенциям магистра.

Магистр должен быть способен:

АК-1. Формировать цели и задачи принятия решений.

АК-2. Проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя ответственность, разрешать проблемные ситуации.

АК-3. Самостоятельно осваивать новые методы исследований, совершенствовать и изменять производственный профиль своей профессиональной деятельности.

АК-4. Самостоятельно приобретать новые знания и умения, в том числе в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности.

АК-5. Использовать базы данных, пакеты прикладных программ и средства компьютерной графики.

АК-6. Генерировать новые идеи.

СЛК-5. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию.

СЛК-6. Анализировать и принимать решения по социальным, этическим, научным и техническим проблемам, возникающим в профессиональной деятельности.

СЛК-9. Проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях.

ПК-5. Идентифицировать товарные партии, рассчитывать и отбирать пробы в соответствии с установленными требованиями, обеспечивать сохранение товаров на всем пути их движения к потребителю.

ПК-7. Проводить измерения товаров и товарных партий для установления их количественных характеристик при учете на разных этапах товародвижения.

ПК-9. Идентифицировать товар с помощью маркировки разных видов, расшифровывать информационные знаки на маркировке и товарно-сопроводительных документах для предоставле­ния потребителям достаточной и достоверной информации.

ПК-14. Участвовать в выборе наиболее приемлемых видов торгового оборудования для хранения, подготовки к продаже и реализации с учетом особенностей товаров или товарных групп, для которых это оборудование будет предназначено.

ПК-18. Консультировать заказчика при определении путей и способов повышения качества конкретной продукции.

ПК-22.Планировать основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

ПК- 23. Разрабатывать и осуществлять ценовую политику предприятия.

ПК-24. Анализировать оперативные и перспективные экономические количественные и качественные показатели развития предприятия.

ПК- 25. Определять степень коммерческого риска и принимать меры по его уменьшению.

ПК-28. Владеть современными информационными технологиями, применяемыми на предприятиях.

ПК-29. Проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегию организации.

ПК- 30. Организовывать работу производственного коллектива для достижения поставленных целей.

ПК-31. Разрабатывать производственную и отчетную документацию в соответствии с установленными формами.

ПК- 32. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

**В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен:**

***знать:***

* основную терминологию по учебной дисциплине;
* системы и формы дистрибуции товаров;
* принципы создания и механизм функционирования форм дистрибуции непродовольственных товаров;
* новейшие достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий дистрибуции.

***уметь:***

* свободно разбираться в современной терминологии по дистрибуции товаров;
* обосновывать необходимость и целесообразность использования различных программ поддержки региональных партнеров;
* использовать имеющиеся методики оценки эффективности использования форм дистрибуции на потребительском рынке;

***владеть:***

* способами решения наиболее распространенных задач в области непродовольственных товаров, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
* навыками планирования региональных продаж;
* алгоритмом развития форм дистрибуции на конкретных рынках.

Материал, представленный в УМК (ЭУМК), базируется на теоретических и методологических разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам дистрибуции товаров, формирования региональных систем продаж непродовольственных товаров, а также на основе изучения и анализа передового мирового и отечественного опыта развития форм дистрибуции. Учебная дисциплина «Дистрибуция непродовольственных товаров» тесно связана с другими учебными дисциплинами специальности, и, в первую очередь, с такими как «Мерчендайзинг непродовольственных товаров», «Бизнес-процессы в розничной торговой сети (непродовольственные товары)», «Теория и практика оценки конкурентоспособности непродовольственных товаров».