

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 27.04.2024 12:22:12

Уникальный программный ключ:

4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ


Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

 В.В. Пленкина

« 30 » 08 20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины:

Коммуникации в торговле

направление подготовки:

38.03.06 Торговое дело

Направленность
(профиль):

**Управление процессами и проектирование в
коммерческой деятельности**

форма обучения:


очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность «Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности» к результатам освоения дисциплины Коммуникации в торговле.

Рабочая программа рассмотрена

на заседании кафедры УСиЖКХ

Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.

Заведующий кафедрой  Е.Г. Матыс


СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы  А.А. Габудина

«30» 08 2021 г.

Рабочую программу разработал:

О.И. Немченко, ст. преподаватель кафедры
УСиЖКХ ИСОУ ТИУ



1. Цель и задачи освоения дисциплины

1.1 Целью освоения дисциплины «Коммуникации в торговле» является формирование знаний и умений, связанных с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать терминологический аппарат в сфере маркетинговых коммуникаций;
- систематизировать знания о коммуникации в продажах;
- дать инструменты коммуникаций между продавцом и покупателями;
- познакомить с этическими аспектами коммуникационных моделей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникации в торговле» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и является элективной дисциплиной учебного плана по направлению подготовки «Торговое дело».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание основ потребительского поведения, его закономерностей и условий эффективного воздействия;

умение выстраивать коммуникации на разных уровнях;

владение навыком анализировать и систематизировать информацию о потребителях с целью принятия управленческих решений.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: Эффективные коммуникации, Жизненные стратегии и психология влияния, Маркетинг, Маркетинговые исследования, Поведение потребителей, Психотехнологии продажи товаров, Реклама и PR.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-7 Способен к управлению текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия	ПКС-7.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами	ПКС-7.2-3.1: знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем
		ПКС-7.2-У.1: умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем
		ПКС-7.2-У.2: умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/ контактная работа, час			Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия		
очная	4/8	10	20	-	78	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1

№ п/п	Структура дисциплины. Номер и наименование раздела	Аудиторные занятия, час			СРС, час	Всего, час	Код ИДК	Оценочные средства
		Л	Пр	Лаб				
1	Система маркетинговых коммуникаций	4	10	-	20	34	ПКС-7.2	Реферат
2	Эффективные коммуникации в продажах	6	10	-	22	38		Дискуссия
	Экзамен				36	36		Кейс-метод
Итого:		10	20	-	78	108		Работа в группах
								Вопросы к экзамену

Заочная и очно-заочная формы не предусмотрены.

5.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Система маркетинговых коммуникаций

Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов ИМК. Взаимодействие участников рекламного рынка. Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент ИМК. Нетрадиционные инструменты ИМК.

Раздел 2. Эффективные коммуникации в продажах

Роль коммуникаций в торговле. Виды коммуникаций. Коммуникационная модель личных продаж. Пять этапов коммуникации в продажах. Выстраивание взаимоотношений между продавцом и покупателем. Невербальные коммуникации.

5.2.2 Содержание дисциплины по видам учебных занятий

Лекционные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	-	-	Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов ИМК. Взаимодействие участников рекламного рынка. Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент ИМК. Нетрадиционные инструменты ИМК.
2	2	6	-	-	Роль коммуникаций в торговле. Виды коммуникаций. Коммуникационная модель личных продаж. Пять этапов коммуникации в продажах. Выстраивание взаимоотношений между продавцом и покупателем. Невербальные коммуникации.
Итого:		10	-	-	

Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	10	-	-	Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов ИМК. Взаимодействие участников рекламного рынка. Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент ИМК. Нетрадиционные инструменты ИМК.
2	2	10	-	-	Роль коммуникаций в торговле. Виды коммуникаций. Коммуникационная модель личных продаж. Пять этапов коммуникации в продажах. Выстраивание взаимоотношений между продавцом и покупателем. Невербальные коммуникации.
Итого:		20	-	-	

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	20	-	-	Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов ИМК. Взаимодействие участников рекламного рынка. Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент ИМК. Нетрадиционные инструменты ИМК.	Реферат Подготовка к практическому занятию
2	2	22	-	-	Роль коммуникаций в торговле. Виды коммуникаций. Коммуникационная модель личных продаж. Пять этапов коммуникации в продажах. Выстраивание взаимоотношений между продавцом и покупателем. Невербальные коммуникации.	Реферат Подготовка к дискуссии
Итого:		42	-	-		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ

Данный вид нагрузки учебным планом не предусмотрен.

7. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

7.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

7.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлены в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

№ п/п	Виды контрольных мероприятий текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1.1	Подготовка и защита реферата	20
1.2	Практическое задание в малой группе	15
1.3	Практическое занятие с применением кейс-метода	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		50
2 текущая аттестация		
2.1	Практическое занятие с применением кейс-метода	15
2.2	Участие в дискуссии	15
2.3	Практическое задание в малой группе	20
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		50
ВСЕГО		100

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в приложении 2.

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- ЭБС «Консультант студент»

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, том числе отечественного производства : операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованных необходимым оборудованием и техническими системами обучения.

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимого для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	-	Компьютер в сборе Экран Проектор

10. Методические указания по организации СРС

10.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям:

Успешная подготовка к практическим занятиям по дисциплине «Коммуникации в торговле» предполагает активную работу на лекционных занятиях, систематическое изучение материалов лекций, чтение специальной литературы, работу с аналитическими обзорами и статистической информацией

10.2 Методические указания по организации самостоятельной работы:

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине

В рамках данной дисциплины предполагается выполнение различных видов самостоятельной работы: изучение теоретического материала по разделам курса, подготовка к практическим занятиям, подготовка реферата.

Подготовка реферата нацелена на углубленное рассмотрение некоторых вопросов курса. Задачами данной формы самостоятельной работы являются:

- научиться самостоятельно отыскивать необходимую информацию, т.е. работать с библиографией, подбирать необходимый материал;
- ознакомиться с содержанием научных исследований по тематике вопросов, исторической ретроспективой и прогнозами развития;
- научиться самостоятельно излагать материал, выявлять проблемы;
- овладеть научно-исследовательским стилем письма, для которого характерны отсутствие личных местоимений, неупотребление глаголов, выражающих чувства (эмоции), повествование от третьего лица, особая мера выдержанности оценок, недопустимость политизированного подхода, выполнять формальные и редакционные требования, предъявляемые к оформлению работы.

Требования к реферату: Объем не должен превышать 10–15 страниц; работа должна восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной. Необходимо писать коротко и ясно. Реферат не должен содержать ничего лишнего, должен включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи. Реферат должен иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре. Каждый абзац должен содержать только одну основную мысль. Реферат должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи. Реферат должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Коммуникации в торговле

Код, направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-7 Способен к управлению текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) предприятия	ПКС-7.2 Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами	ПКС-7.2-3.1: знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем	Не знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем	Знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем, допуская ряд ошибок	Знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные инструменты взаимодействия при коммуникации с потребителем
		ПКС-7.2-У.1: умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем	Не умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем	Умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем, допуская ряд ошибок	Умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет проводить корреляцию при коммуникации предприятия и потребителем
		ПКС-7.2-У.2: умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя	Не умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя	Умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя, допуская ряд ошибок	Умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет оценивать предприятия при коммуникации департаментов, предприятия и потребителя

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина **Коммуникации в торговле**

Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обуч-ся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литер-ой, %	Наличие эл.варианта в ЭБС ТИУ
1	Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/97585.html	ЭР*	30	100	+
2	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468892	ЭР*	30	100	+
3	Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 310 с. — ISBN 978-5-394-01475-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229634	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru>.

Руководитель образовательной программы _____ А.А.Габудина

Директор БИК _____ Д. Х. Каюкова

30.08 2021 г.



Михаил И. Г. Райнбергер