

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Трейд-маркетинг Б1.В.ДВ.13

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Шарафутдинова Н.С.

Рецензент(ы): Мартынова О.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No _____ от "_____" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No _____ от "_____" _____ 20__ г.

Казань
2019

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Шарафутдинова Н.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), NSSharafutdinova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-7	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-11	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
ПК-14	умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-18	владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- основные особенности российской правовой системы и российского законодательства в сфере торговой деятельности;
- законодательную базу торговой деятельности;
- научные подходы, применяемые при анализе текущей коммерческой деятельности предприятий в условиях конкурентной среды;
- сущность и механизм управления торговым предприятием;
- основные фонды и экономические показатели торгового предприятия.

Должен уметь:

- работать с документами в торговом процессе;
- составлять коммерческие договоры и оформлять кассовые операции;
- уметь принимать решения по торговым процессам и операциям в магазине;
- планировать и проектировать торговые помещения предприятия;
- использовать основные методы организации системы товароснабжения;
- проводить расчеты технико-экономических показателей торговых предприятий с использованием пакетов прикладных программ Excel;
- анализировать товарные запасы и оценивать необходимость товарных складов торгового предприятия;
- рассчитывать показатели эффективности торговой деятельности предприятия.
- прогнозировать и проектировать коммерческую деятельность предприятий.;
- анализа товарных запасов и оценки необходимости товарных складов торгового предприятия;
- расчета показателей эффективности торговой деятельности предприятия.

Должен владеть:

владеть методами исследования и анализа товарных рынков;

- владеть способами организации коммерческих сделок на рынке товаров и услуг;
- владеть навыками организации коммерческой деятельности предприятий и их коммерческих служб в условиях рыночной экономики;
- владеть приемами организация коммерческих и торгово-посреднических операций на рынке товаров и услуг.
- владеть современными способами управления маркетингом торговых компаний;
- владеть методами эффективной организации торгового процесса.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.13 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные направления и задачи трейд-маркетинга.	6	2	2	0	6
2.	Тема 2. Основы торгового маркетинга	6	4	4	0	6
3.	Тема 3. Основные инструменты трейд- маркетинга	6	2	2	0	6
4.	Тема 4. Оценка эффективности трейд- маркетинговых мероприятий.	6	4	4	0	6
5.	Тема 5. ПРОЦЕСС РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ	6	2	2	0	6
6.	Тема 6. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ	6	4	4	0	6
7.	Тема 7. Организация взаимоотношений участников трейд- маркетингового процесса	6	4	4	0	6
8.	Тема 8. Розничная торговая сеть	6	2	4	0	6
9.	Тема 9. Государственное регулирование сферы обращения	6	2	2	0	6
	Итого		26	28	0	54

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основные направления и задачи трейд-маркетинга.

Основные направления трейд-маркетинга, влияющие на развитие экономической ситуации в России и за рубежом
Участники канала товародвижения: их характеристики, особенности. Факторы, влияющие на развитие каналов товародвижения.

Цели и основные задачи, влияющие трейд-маркетинга по участникам канала товародвижения

Тема 2. Основы торгового маркетинга

Понятие и сущность тренд маркетинга в российских и зарубежных источниках

Эволюционное развитие трейд маркетинга в России и за рубежом: предпосылки, этапы

Факторы, влияющие на развитие трейд маркетинга российских и зарубежных компаний

Нормативно правовое обеспечение трейд маркетинга в российских экономических условиях

Тема 3. Основные инструменты трейд- маркетинга

Виды стимулирования сбыта для торговых посредников. Факторы, влияющие на увеличение стимулирования сбыта посредников.

Мотивационные программы в трейд-маркетинге: особенности, специфика

Модель продвижения товара в торговой точке.

Инструменты мерчендайзинга: их преимущества и недостатки, виды инструментов мерчендайзинга

Тема 4. Оценка эффективности трейд- маркетинговых мероприятий.

Понятие и сущность термина эффективность. Подходы к оценке эффективности трейд-маркетинговых мероприятий: их преимущества и недостатки в российской и зарубежной практике.

Прогнозирование результативности акций и программ.

Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности компании в рыночных условиях

Тема 5. ПРОЦЕСС РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ

Сущность механизма управления. Планирование деятельности торгового предприятия. Контроль над реализацией планов. Риск в торговом бизнесе. Оптимизация рискованных действий торговой фирмы на рынке. Анализ положения фирмы в торгово-экономическом пространстве. Современное отношение и место трейд-маркетинга в компаниях: от самостоятельного отдела в крупных транснациональных корпорациях до выполнения части функций специалистами других должностей во многих российских компаниях.

Тема 6. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ

Понятие и сущность стимулирования продаж, предложенные разными авторами. Инструменты стимулирования продаж: виды, их особенности и недостатки. Факторы, влияющие на выбор инструментов продаж в России и за рубежом. Специфика применения инструментов стимулирования сбыта в разных сферах деятельности. Подходы к оценке эффективности стимулирования продаж

Тема 7. Организация взаимоотношений участников трейд- маркетингового процесса

Типы товаропроводящих каналов: понятие, виды, их особенности и недостатки

Участники трейд-маркетингового процесса: специфика, роль в развитии экономической ситуации в стране

Структуру трейд-маркетингового подразделения: этапы, особенности построения

Типовые документы в трейд-маркетинге: понятие и сущность, виды и специфика

Тема 8. Розничная торговая сеть

Основные понятия. Показатели, характеризующие качество розничной торговой сети. Методы размещения розничной торговой сети. Материально-техническая база магазинов. Техничко-экономические показатели зданий магазинов. Виды площадей магазинов. Технологическая планировка магазинов. Дизайн розничного предприятия. Виды торгово-технологического оборудования магазинов.

Тема 9. Государственное регулирование сферы обращения

Направления государственного регулирования экономики. Совокупность правовых актов, регулирующих торговую деятельность в России. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей.

Экономические методы регулирования товарного обращения. Тенденции в политике регулирования с учетом внешней среды

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

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.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 6			
	Текущий контроль		
1	Устный опрос	ПК-15	1. Основные направления и задачи трейд-маркетинга.
2	Дискуссия	ПК-9	2. Основы торгового маркетинга
3	Контрольная работа	ПК-9 , ПК-15	4. Оценка эффективности трейд-маркетинговых мероприятий.
	Зачет		

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 6					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
Дискуссия	Высокий уровень владения материалом по теме дискуссии. Превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Высокий уровень этики ведения дискуссии.	Средний уровень владения материалом по теме дискуссии. Хорошее умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Средний уровень этики ведения дискуссии.	Низкий уровень владения материалом по теме дискуссии. Слабое умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Низкий уровень этики ведения дискуссии.	Недостаточный уровень владения материалом по теме дискуссии. Неумение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Отсутствие этики ведения дискуссии.	2
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	3
	Зачтено		Не зачтено		
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 6

Текущий контроль

1. Устный опрос

Тема 1

1 Торговый маркетинг: понятие, цели и задачи.

2 Торговый маркетинг в системе маркетинговой деятельности предприятия.

3 7Р торгового маркетинга.

- 4 Три способа планировки торговой точки.
- 5 Субъекты и объекты торгового маркетинга.
- 6 Виды каналов сбыта.
- 7 Классификация торговых точек
- 8 Обязанности и профессиональные качества трейд-маркетолога.
- 9 Задачи трейд маркетинга
- 10 Эволюционное развитие трейд маркетинга

2. Дискуссия

Тема 2

Темы для дискуссии

1. Определение роли участников трейд маркетингового процесса
2. Критерии выбора участников трейд маркетингового процесса
3. Принципы и правила взаимоотношений трейд маркетингового процесса
4. Обоснование экономических интересов участников трейд маркетингового процесса
- 5 Тенденции развития торгового маркетинга
- 6 Нормативно правовое обеспечение трейд маркетинга
- 7 Инструменты трейд маркетинга
- 8 Факторы, влияющие на трейд маркетинг
- 9 Проблемы развития трейд маркетинга
- 10 Мероприятия по развитию трейд маркетинга

3. Контрольная работа

Тема 4

- 1 Перечислите законы, описывающие, как покупатель видит товар: Закон ?фигуры? и ?фона?. Закон ?уровня глаза?. Закон ?мертвой зоны?. Закон ?переключения внимания?. Закон ?группировки?. Закон ?7+(-)2?.
- 2 Понятие и сущность мерчендайзинга
- 3 Охарактеризуйте внешние и внутренние задачи мерчендайзинга. Правила и принципы эффективной выкладки. POS-материалы. Ай-стоппер (eye-stopper).
- 4 Перечислите правила оформления торговой точки POS-материалами.
5. Перечислите основные ошибки разработки и распространения POS-материалов.
6. Дайте характеристику программы мотивации.
7. Дайте характеристику программы лояльности.
8. Классифицируйте имиджевые факторы.
9. Особенности программы " Таинственный покупатель".
10. Основные направления трейд маркетинга

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Цели и задачи торгового маркетинга.
2. Качественный набор услуг торговой точки.
3. Платные и бесплатные коммуникации с покупателем.
4. Уровни местоположения торговой точки и факторы их привлекательности.
5. Как оформить торговую точку? Три способа планирования торговой точки: произвольная планировка, трек, решетка.
6. Методы представления товаров в торговой точке. Атмосфера магазина.
7. Субъекты торгового маркетинга.
8. Объекты торгового маркетинга. Виды каналов сбыта.
9. Классификация торговых точек: по размерам, по принципам организации обслуживания клиентов, по ценовой политике и специализации торговой точки.
10. Обязанности и профессиональные качества трейд-маркетолога.
11. Место службы трейд-маркетинга в структуре компании.
12. Типы организации отдела торгового маркетинга.
13. Задачи отдела трейд-маркетинга.
14. Как покупатель видит товар: законы зрительного восприятия.
15. Основы мерчендайзинга: выкладка товара, внешнее и внутреннее оформление.
16. POS-материалы и их виды.
17. Программы мотивации. Основные схемы мотивации. Push-программы и pull-программы.
18. Программы лояльности. 4 группы факторов лояльности.
19. Методика исследования ?Таинственный покупатель?. Что оценивает

- таинственный покупатель? Техника проведения исследования.
 20.Перечень действий руководства торговой точки после исследования по методике ?Таинственный покупатель?.
 21.Презентации и event-маркетинг.
 22.Виды трейд-маркетинговых программ и этапы их планирования.
 23.Бюджеты трейд-маркетинговой программы и ее пошаговая реализация.
 24.Виды мероприятий сейлз промоушн. Оценка эффективности промо-акции.
 25.Тактика проведения сейлз промоушн. Промоутеры и требования к ним.
 26.Оценка эффективности торгового маркетинга. Аудит торгового маркетинга.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

- 56 баллов и более - "зачтено".
 55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

- 86 баллов и более - "отлично".
 71-85 баллов - "хорошо".
 56-70 баллов - "удовлетворительно".
 55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 6			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	10
Дискуссия	На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.	2	20
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	20
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Романов А. А.Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0194-0, 500 экз.// <http://znanium.com/bookread.php?book=226894>
2. Красюк И.Н Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с.:

60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004956-4//

<http://znanium.com/bookread.php?book=247665>

3. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01121-8, 1000 экз.// <http://znanium.com/bookread.php?book=350959>

7.2. Дополнительная литература:

Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2018.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511986>

Интегрированные маркетинговые коммуникации/Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=517067>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Индустрия рекламы - - www.ir-magazine.ru

Реклама. OUTDOOR Media - - www.outdoormedia.ru

энциклопедия маркетинга - - www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных магистром самостоятельно. В связи с этим, такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по: лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме, заданиям для самостоятельной работы. Подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия: изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники; выполнить задания для самостоятельной работы.
самостоятельная работа	В процессе подготовки письменной работы студенты имеют возможность показать умение аналитически работать с литературой (российской и зарубежной), продемонстрировать навыки обоснованного и развернутого изложения своей точки зрения на исследуемую тему, внести свои предложения. При подготовке любой письменной работы должны быть сформулированы актуальность и важность данной темы, цели и задачи работы, должен быть проведен разбор исследуемых материалов (статьи, монографии, Интернет-ресурсы на русском и иностранном языках) по определенной проблеме, проведено описание подходов, методов и индикаторов, используемых авторами, проведен их сравнительный анализ с позиции автора письменной работы и, в заключение, сделаны выводы.

Вид работ	Методические рекомендации
устный опрос	Уровень усвоения теоретического материала проверяется посредством опроса по основным вопросам темы. При ответе на вопрос студенту следует обосновывать свои ответы ссылками на законодательные и нормативные документы. Также ответ должен основываться на информации лекции и дополнительных источников литературы.
дискуссия	В рамках дискуссии обсуждаются актуальные вопросы по определенным темам. Студенты на основе дополнительного материала обмениваются мнениями. При обсуждении вопросов также апробируют метод мозгового штурма и в конце занятия вместе подводят итоги дискуссии. Также при обсуждении вопросов применяются и ролевые игры с целью закрепления навыков по данной дисциплине.
контрольная работа	в процессе подготовки контрольной работы студенты имеют возможность показать умение аналитически работать с литературой (русской и зарубежной), продемонстрировать навыки обоснованного и развернутого изложения своей точки зрения на исследуемую тему. При подготовке любой контрольной работы должны быть сформулированы актуальность и важность данной темы, цели и задачи работы, должен быть проведен разбор исследуемых материалов (статьи, монографии, Интернет-ресурсы на русском и иностранном языках) по определенной проблеме, проведено описание подходов, методов и индикаторов, используемых авторами, проведен их сравнительный анализ с позиции автора письменной работы и, в заключение, сделаны выводы.
зачет	Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к зачету выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе, либо не понятно, как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед зачетом.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Трейд-маркетинг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Трейд-маркетинг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .