

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский



» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Трейд маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
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 (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
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 (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) Шарафутдинова Н.С. ; Шарафутдинова Наталья Сергеевна

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

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-6	Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать ценовую политику, системы распределения (дистрибуции) и сбытовую политику в организации

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- Знает понятия, инструменты ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Называет методы ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Перечисляет особенности подходов к разработке ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации

Должен уметь:

- Умеет анализировать методы ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Умеет выделить особенности ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Обосновывает выбранный подход к разработке ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации

Должен владеть:

- Владеет навыками определения подходов к разработке ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Владеет навыками обоснования выбора метода разработки ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации
- Применяет предложенный подход к разработке ценовой политики, системы распределения, сбытовой политики организации

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.07.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 8 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 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 80 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 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.	8	4	4	0	8
2.	Тема 2. Основы торгового маркетинга	8	2	2	0	9
3.	Тема 3. Основные инструменты трейд- маркетинга	8	4	4	0	9
4.	Тема 4. Оценка эффективности трейд- маркетинговых мероприятий.	8	4	4	0	9
5.	Тема 5. ПРОЦЕСС РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ	8	2	4	0	9
6.	Тема 6. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ	8	4	4	0	9
7.	Тема 7. Организация взаимоотношений участников трейд- маркетингового процесса	8	4	4	0	9
8.	Тема 8. Розничная торговая сеть	8	4	2	0	9
9.	Тема 9. Государственное регулирование сферы обращения	8	4	4	0	9
	Итого		32	32	0	80

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

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 оценки 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 рисков 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"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

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, заданием 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.

Вид работ	Методические рекомендации
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. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.
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)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

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

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Компьютерный класс.

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 "Маркетинг".

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Основная литература:

1. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: 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.- Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread.php?book=226894>

2. Красюк И.Н. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: Учебник / Под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с.:

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

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

3. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: 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. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=350959>

Дополнительная литература:

Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / В.В. Кислицына. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 464 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0490-9 - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=249843>

Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]/ Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. - М.: Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01090-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/511986>

Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]/ Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ

РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=517067>

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

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.