



**АННОТАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
повышение квалификации
«ЭКОНОМИКА, ДИАГНОСТИКА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»**

Количество часов: 40

Итоговый контроль: зачет

Категория слушателей: специалисты, руководители в сфере экономики и управления торговым предприятием, студенты в сфере профессионального образования.

Документ: удостоверение установленного образца о повышении квалификации.

Цель программы:

формирование у слушателей основ теоретических знаний о действии экономических законов на торговом предприятии, прикладных знаний в области развития форм и методов экономического управления торговым предприятием, практическое использование полученных знаний; изучение теоретических и практических аспектов диагностики деятельности торгового предприятия и на этой основе формирование навыков у студентов по разработке управленческих решений;

приобретение теоретических знаний в области оценки эффективности деятельности торгового предприятия и на этой основе формирование навыков у студентов по разработке конкретных рекомендаций, направленных на ее увеличение.

Содержание программы:

Тема 1 Торговое предприятие как основной субъект хозяйственной деятельности

Тема 2 Ресурсы торгового предприятия и диагностика эффективности использования экономического потенциала

Тема 3 Экономические основы развития коммерческих предприятий

Тема 4 Диагностика коммуникационных процессов, реализуемых торговым предприятием в системе рыночных отношений

Тема 5 Анализ основных показателей развития торгового предприятия

Тема 6 Исследование совокупных затрат торгового предприятия

Тема 7 Диагностика уровня налоговых изъятий на торговом предприятии

Тема 8 Цены и ценообразование в сфере товарного обращения

Тема 9 Планирование доходов и расходов торгового предприятия

Тема 10 Анализ качества торгового обслуживания покупателей

Тема 11 Диагностика и практика учета коммерческого риска торгового предприятия

Тема 12 Анализ эффективности деятельности торгового предприятия

В результате освоения программы слушатель должен:

знать:

- основные элементы торгово-технологического процесса на предприятии, порядок управления им; виды, типы и функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях; виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;
- способы выявления потребностей покупателей товаров; маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;
- методы осуществления сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;
- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

- инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности, нормы и методы проектирования торговых предприятий; процедуру внедрения электронных платежных систем;
- процедуру реализации проектной коммерческой деятельности;

уметь:

- анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;
- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности;
- оценивать и разрабатывать стратегии коммерческой организации; миссии организаций, цели и стратегии управления коммерческой организацией;
- анализировать, оценивать контролировать, разрабатывать и корректировать стратегию; определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;
- использовать инновационный подход в коммерческой деятельности;
- внедрять проекты, разработанные в профессиональной сфере;

владеть:

- способами минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также товарных потерь; умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности;
- информацией о маркетинговых коммуникациях; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; анализа маркетинговой информации;
- методами анализа и оценки стратегии организации;
- процедурой разработки и планирования стратегии предприятия;
- инновационными технологиями при проведении исследований в сфере коммерции;
- технологией реализации проектов в коммерческой деятельности предприятия.