

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.3.2 ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки:

38.04.06 Торговое дело (Направленность (профиль): Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг)

Трудоемкость: 4 зе

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой

Авторы: Л.Ю. Русалева, д-р экон. наук, доцент,
А. А. Попова, старший преподаватель

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Инновационные методы в коммерческой деятельности» – является формирование у магистрантов комплекса знаний и практических навыков в области управления экономической деятельностью торговых предприятий и внедрения инновационных технологий в процесс управления и организации торговой деятельности.

В соответствии с профессиональной направленностью магистерской программы и видами профессиональной деятельности магистр по направлению 38.04.06 Торговое дело в процессе освоения дисциплины должен быть подготовлен к решению профессиональных задач:

в области торгово-технологической деятельности:

выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализ и оценка их экономической эффективности;

выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;

разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;

в области организационно-управленческой деятельности:

анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);

в области научно-исследовательской деятельности:

исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;

изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);

в области проектной деятельности:

поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Инновационные методы в коммерческой деятельности» входит в дисциплины по выбору профессионального цикла учебного плана направления 38.04.06 *Торговое дело* и содержательно дополняет дисциплину базовой части «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на рынке товаров и услуг». Дисциплина «Инновационные методы в коммерческой деятельности» служит теоретико-методологической основой для фор-

мирования у магистрантов навыков и умений внедрения инноваций в торговую деятельность организаций и предприятий. Содержание дисциплины обеспечивает преемственность и связь с научно-исследовательской работой в семестре.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ПК-1 способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров

ПК-2 готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)

ОПК-3 способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Инновационный процесс как объект торговой деятельности

Характеристика основных понятий: «нововведения», «инновации». Рассмотрение инноваций как процесс (Б. Твисс, А. Койре, В. Раппопорт), как систему (Н. И. Лапин, Й. Шумпетер), как изменение (Ф. Валента, Ю.В. Яковец) и как результат (А. Левинсон, Ф.Г. Гурович).

Классификация инноваций по ряду основополагающих признаков. Сущность инноваций. Три группы нововведения: продуктовые; технологические; организационно-управленческие. Управление процессами создания новых знаний.

Инновационный процесс. Взаимодействие участников инновационного процесса.

Этапы инновационного процесса и фазы жизненного цикла продукта (технологии).

Тема 2. Инновационная политика торговой организации

Особенности развития инновационного процесса в рыночной экономике. Отраслевая структура лидеров инновационных процессов. Приоритетные направления инновационного развития России.

Основные цели и задачи государственной инновационной политики в торговле. Приоритетные направления инновационной политики государства в торговле. Результаты реализации инновационной политики. Группы документов, регулирующих инновационную государственную политику.

Управление инновационной политикой в торговом предприятии. Сущность инновационной политики торгового предприятия.

Подходы к разработке и процессу внедрения инноваций на предприятии.

Тема 3. Инновационная среда торговой организации

Управление инновационной средой торговой организации. Инновационная предпринимательская среда, ее сущность. Микро- и макросреда, формирующая инновационную деятельность организации

Факторы среды, влияющие на инновационную деятельность торговой организации. Факторы внешней среды. Внутренние факторы, влияющие на инновационную деятельность торговой организации.

Внешняя среда и ее влияние на инновационную деятельность: среда прямого воздействия; среда косвенного воздействия. Оценка макроэкономической среды организации.

Тема 4. Разработка и управление инновационными проектами в торговой деятельности

Сущность инновационного проекта. Виды инновационных проектов в торговой деятельности: монопроекты; мультипроекты; мегапроекты.

Фазы жизненного цикла проекта и их содержание. Прединвестиционная и инвестиционные фазы проекта. Методика разработки инновационного проекта.

Основные критерии оценки инновационных проектов в торговой деятельности. Показатели эффективности инновационного проекта.

Управление реализацией инновационных проектов в торговой деятельности. Этапы управления реализацией инновационных проектов и их характеристика.

Тема 5. Инновационные методы в оптовой торговле

Инновации в оптовой торговле: сущность и классификация.

Новые прогрессивные типы предприятий оптовой торговли, обеспечивающие высокий уровень обслуживания клиентов с использованием новейших технологий.

Инновационные процессы в цепи поставок.

Современный складской комплекс и автоматизация складской деятельности в оптовой торговле. Эффективность автоматизации складской деятельности.

Классификация логистических инноваций. Цели, методы, принципы и показатели разработки и внедрения логистических инноваций в деятельность предприятий оптовой торговли. Базовые инновационные методики, используемые в различных областях логистики в оптовых предприятиях.

Тема 6. Инновационные методы в розничной торговле

Инновации в розничной торговле: сущность и классификация. Роль инноваций в розничной торговле. Экстренальные и интернальные инновации в розничной торговле, их сущность и содержание. Архитектурные инновации в розничной торговле.

Инновационные формы розничной торговли: сетевая торговля; электронная торговля; дистанционная торговля; торговля в виде прямых продаж. Преимущества и технологии организации инновационных форм розничной торговли.

Вендинг как форма розничной торговли.

Инновационные приемы в торговле: бенчмаркинг; инжиниринг; реинжиниринг; мэрджер; аутсорсинг.

Автоматизация процессов в деятельности розничных торговых организаций: smartcart; EDI; RFID и прочее.

Компьютерные информационные технологии в инновационной торговой деятельности.

Инновации в области маркетинга и мерчандайзинга. Инновации в области совместной работы розничных торговых организаций и производителей товаров.

«Революционные инновации» в процессе совершения покупки покупателем.

Уникальное торговое предложение розничных торговых организаций. «Магазин будущего».

Инновационный подход к управлению персоналом розничной торговой организации.

Тема 7. Финансирование инноваций в торговой деятельности

Формы и источники финансирования инноваций в торговой деятельности.

Собственные источники финансирования инноваций.

Венчурное финансирование инновационных проектов в торговой деятельности.

Специфические формы финансирования инноваций: лизинг; проектное финансирование; факторинг; форфейтинг; франчайзинг.

Тема 8. Оценка и эффективность инноваций в торговой деятельности

Необходимость оценки инноваций и их экспертиза. Виды эффекта и принципы расчета эффективности инновационных проектов. Учет инфляции и риска. Характеристика и виды рисков в инновационной деятельности торговых организаций. Управление рисками.

Взаимосвязь экономических и социальных показателей инновационной деятельности.