

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»

Институт коммерции, маркетинга и сервиса

Кафедра коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО  
Ученым советом Университета  
(протокол №11 от «16» июня 2016 г.)

АННОТАЦИЯ  
по дисциплине

Наименование дисциплины Консалтинговые услуги

Направление подготовки/специальность 38.03.06 Торговое дело  
*(указывается код и наименование направления подготовки/специальности)*

Образовательная программа

Коммерция

*(указывается наименование программы бакалавриата/магистратуры/специализации)*

Методический отдел УМУ

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Ма Шихорова

Рассмотрено к утверждению  
на заседании кафедры КСиТ

(протокол № 12 от «31» мая 2016 г. \_\_\_\_\_)

Зав. кафедрой Д.В. /Чернова Д.В./

Научная библиотека СГЭУ

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Размещено в ЭИОС СГЭУ

Рег.№ \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Начальник ОДОТиЭО \_\_\_\_\_ /Горбатов С.В./

Квалификация (степень) выпускника \_\_\_\_\_

бакалавр

*(указывается квалификация (степень) выпускника в соответствии с ФГОСВО)*

Самара 2016

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Консалтинговые услуги» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, примерных основных образовательных программ по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Дисциплина «Консалтинговые услуги» призвана обеспечить формирование профессиональных компетенций в части освоения студентами основных вопросов организации продаж в сфере услуг в условиях конкуренции и кардинальных изменений в поведении потребителей.

Курс предполагает подготовку студентов к решению следующих задач в соответствии с видами профессиональной деятельности:

### **торгово-технологическая деятельность:**

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;

### **организационно-управленческая деятельность:**

- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Консалтинговые услуги» в учебном плане имеет индекс «Б1.В.ДВ.08.02» Она относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для изучения дисциплины «Консалтинговые услуги» необходимы знания, умения и компетенции студента, полученные при изучении таких дисциплин, как: «Маркетинг» и «Менеджмент», «Человек и его потребности». Дисциплина «Консалтинговые услуги» преподаётся на 4 курсе в 8 семестре.

Для успешного освоения курса студенты должны:

Знать: теоретические и методологические основы организации коммерческой деятельности; принципы и способы ценообразования на рынке товаров, формирования спроса.

Уметь: определять основные направления маркетинговой деятельности, способы и методы организации продаж,

Владеть: методами проведения маркетинговых исследований, способами продвижения товаров на рынке, подходами к формированию спроса.

Знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной «Консалтинговые услуги», являются необходимыми для подготовки Государственной итоговой аттестации (таблица 1).

Таблица 1

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№.№ тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины «Консалтинговые услуги» студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

вид деятельности: торгово-технологическая

- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3)

Вид деятельности: организационно-управленческая:

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)

В результате изучения дисциплины «Консалтинговые услуги» в разрезе дескрипторных характеристик компетенций студенты должны:

1. Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3) (*этап формирования компетенции – завершающий*) Вид деятельности – *торгово-технологическая*:

- **знать:** понятие консалтинговой услуги как предмета продажи. виды услуг их классификацию, место услуг в современной структуре торговли, отличия услуг от продуктов в процессе продажи, способы ценообразования и тарификации на рынке услуг, принципы и подходы к управлению деятельностью по продаже услуг;

- **уметь:** определять стадии жизненного цикла услуг, определять влияние жизненного цикла услуги на процесс ценообразования, устанавливать этапы ценообразования в сфере услуг, определять содержание деятельности менеджера по продаже услуг;

- **владеть:** способами построения коммуникации клиента и компании в процессе продажи консалтинговых услуг, способами оценки качества услуги, технологиями оценки эффективности деятельности менеджера по продаже услуг. способами построения коммуникации клиента и компании в процессе продажи услуг, способами оценки качества услуги, технологиями оценки эффективности деятельности менеджера по продаже услуг.

2. Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9) (*этап формирования компетенции – завершающий*) Вид деятельности – *организационно-управленческая*:

- **знать:** современные подходы к стратегии продаж консалтинговых услуг, способы повышения конкурентоспособности предприятий и организаций производящих и продающих консалтинговые услуги;

- **уметь:** оценивать сильные, слабые стороны угрозы и возможности организаций в процессе продажи консалтинговых услуг, оценивать риски, возникающие в связи со спецификой продажи услуг;

- **владеть:** современными способами повышения конкурентоспособности предприятий сферы консалтинговых услуг, способами выстраивания сотрудничества компании и потребителя в процессе разработки и реализации стратегии.

#### 4. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Таблица 2

Объем и виды учебной работы  
очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов / з.е.
	Семестр 8
Аудиторные занятия	48/1,3
в том числе:	
Лекции	16/0,45
Практические занятия (ПЗ)	32/0,9
Лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа	50/1,4
Курсовая работа/курсовой проект/контрольная работа	
Расчетно-графические работы	
Реферат/эссе	
Другие виды самостоятельной работы	
Вид промежуточной аттестации (зачет)	10/0,2
Общая трудоемкость: часы / зачетные единицы	108/3