

Тип профессии: Человек-Человек

Личностные качества:

- Целеустремленность
- Ответственность
- Способность к планированию
- Стрессоустойчивость
- Требовательность
- Лидерские способности

Необходимые способности для успешного овладения профессией:

- Организаторские
- Коммуникативные
- Самодисциплина
- Аналитические
- Умение получать и обрабатывать нужную информацию

Области применения профессии:

- организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Содержание деятельности:

Организация, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта

Престижность:

Выпускник по направлению торгового дела занимает центральное место в системе рыночных взаимоотношений между производителями продукции, товаров, услуг и их потребителями.

Вход

Выход

Бакалавриат:
«Торговое дело»

Трудоустройство:

Выпускники могут работать руководителями и организаторами коммерческой деятельности производственных и торговых предприятий различных форм собственности; ведущими специалистами коммерческого профиля; агентами по продаже товаров; специалистами по изучению товарного рынка и конъюнктуры торговли; специалистами административных органов по вопросам торговли

Профессиональные компетенции:

Бакалавр торгового дела должен знать и уметь создавать уникальное предложение, применяя различные инновационные методы, средства и технологии осуществления коммерческой деятельности, логистических схем в торговле, разработке проектов торгово-технологических процессов и систем в области коммерции с использованием информационных технологий, в реализации проектов в области коммерции, проектировании размещения торговых организаций., а также строить рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования, создавать и укреплять имидж предприятия.