



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
Школа экономики и менеджмента

Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.03.06 Торговое дело

Программа прикладного бакалавриата

Профиль: Логистика в торговой деятельности

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2015

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Философия»

Учебный курс «Философия» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Философия» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (18 часов, в том числе с МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (54 часа, в том числе подготовка к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Философия» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «История», «Русский язык и культура речи», «Основы современных образовательных технологий» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международные экономические отношения», «Маркетинговые исследования».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Исторической
2. Теоретической

В ходе освоения историко-философского части студенты знакомятся с процессом смены в истории человечества типов познания, обусловленных спецификой культуры отдельных стран и исторических эпох, его закономерностями и перспективами. Теоретический раздел включает в себя основные проблемы бытия, познания, человека, культуры и общества, рассматриваемые как в рефлексивном, так и в ценностном планах.

Дисциплина «Философия» логически и содержательно связана с такими курсами, как «История», «Социология».

Цель – формировать научно-философское мировоззрение студентов на основе усвоения ими знаний в области истории философии и изучения основных проблем философии; развивать философское мышление – способность мыслить самостоятельно, владеть современными методами анализа научных фактов и явлений общественной жизни, уметь делать выводы и обобщения.

Задачи:

1. Овладеть культурой мышления, способностью в письменной и устной речи правильно и убедительно оформлять результаты мыслительной деятельности;
2. Стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
3. Сформировать способность научно анализировать социально-значимые проблемы и процессы, умение использовать основные положения и методы гуманитарных, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности;
4. Приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии;
5. Вырабатывать способность использовать знание и понимание проблем человека в современном мире, ценностей мировой и российской культуры, развитие навыков межкультурного диалога;
6. Воспитывать толерантное отношение расовым, национальным, религиозным различиям людей.

Для успешного изучения дисциплины «Философия» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение выражать мысль устно и письменно в соответствии с грамматическими, семантическими и культурными нормами русского языка;
- владение основным тезаурусом обществоведческих дисциплин.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Знает	основные философские категории и специфику их понимания в различных исторических типах философии и авторских подходах;
	Умеет	раскрыть смысл выдвигаемых идей, представить рассматриваемые философские проблемы в развитии; раскрыть смысл выдвигаемых идей, представить рассматриваемые философские проблемы в развитии;
	Владеет	приемами поиска, систематизации и свободного изложения философского материала и методами сравнения философских идей, концепций и эпох;

Для формирования вышеуказанных компетенции в рамках дисциплины «Философия» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-конференция, лекция-дискуссия, метод научной дискуссии, конференция, круглый стол.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История»

Учебный курс «История» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «История» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (54 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «История» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Русский язык и культура речи», «Основы современных образовательных технологий», «Информатика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Философия», «Социология».

Содержание дисциплины «История» охватывает круг вопросов, связанных с историей России в контексте всеобщей истории и предусматривает изучение студентами ключевых проблем исторического развития человечества с древнейших времен и до наших дней с учетом современных подходов и оценок. Особое внимание уделяется новейшим достижениям отечественной и зарубежной исторической науки, дискуссионным проблемам истории, роли и месту исторических личностей. Значительное место отводится сравнительно-историческому анализу сложного исторического пути России, характеристике процесса взаимовлияния Запад-Россия-Восток, выявлению особенностей политического, экономического и социокультурного развития российского государства. Актуальной проблемой в изучении истории является

объективное освещение истории XX века, который по масштабности и драматизму не имеет равных в многовековой истории России и всего человечества. В ходе изучения курса рассматриваются факторы развития мировой истории, а также особенности развития российского государства. Знание важнейших понятий и фактов всеобщей истории и истории России, а также глобальных процессов развития человечества даст возможность студентам более уверенно ориентироваться в сложных и многообразных явлениях окружающего нас мира понимать роль и значение истории в жизни человека и общества, влияние истории на социально-политические процессы, происходящие в мире.

Дисциплина «История» базируется на совокупности исторических дисциплин, изучаемых в средней школе. Одновременно требует выработки навыков исторического анализа для раскрытия закономерностей, преемственности и особенностей исторических процессов, присущих как России, так и мировым сообществам. Знание исторических процессов является необходимым для последующего изучения таких дисциплин как «Философия», «Политология», «Социология», «Экономика», «История государственного управления в России», «История государства и права», «История предпринимательства в России» и др.

Целью - формирование целостного, объективного представления о месте России в мировом историческом процессе, закономерностях исторического развития общества.

Задачи:

– формирование знания о закономерностях и этапах исторического процесса; основных событиях и процессах истории России; особенностях исторического пути России, её роли в мировом сообществе; основных исторических фактах и датах, именах исторических деятелей.

– формирование умения самостоятельно работать с историческими источниками; критически осмысливать исторические факты и события, излагать их, отстаивать собственную точку зрения по актуальным вопросам

отечественной и мировой истории, представлять результаты изучения исторического материала в формах конспекта, реферата.

–формирование навыков выражения своих мыслей и мнения в межличностном общении; навыками публичного выступления перед аудиторией.

–формирование чувства гражданственности, патриотизма, бережного отношения к историческому наследию.

Для успешного изучения дисциплины «История» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции

–знание основных фактов всемирной истории и истории России;

–умение анализировать историческую информацию, представленную в разных знаковых системах (текст, карта, таблица, схема, аудиовизуальный ряд);

–владение собственной культурой мышления, способность синтезировать, анализировать, обрабатывать информацию.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются элементы следующих общекультурных компетенций.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОК-1 Способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности</p>	Знает	<p>новейшие теории в рамках философии и методологии науки, закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России и мира; возможности современных научных методов познания мира и владеет ими на уровне, необходимом для решения задач, возникающих при выполнении профессиональных функций.</p>
	Умеет	<p>ставить научную проблему, обосновывать ее актуальность критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений</p>
	Владеет	<p>культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения способностью логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь навыками анализа причинно-следственных связей</p>

		в развитии государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России
ОК-10 Готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма	Знает	Основные сведения о гражданском долге каждого россиянина, примеры патриотизма и самопожертвенности в истории государства.
	Умеет	Выделять приоритетные направления развития личности исходя из исторических примеров, соответствующие нормам современного человека-гражданина России.
	Владеет	навыками применения полученных теоретических знаний в реализации гражданской позиции, навыками выражения своих мыслей и мнения с учетом патриотических принципов в межличностном и групповом общении.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «История» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

Практические занятия: Метод микрооткрытий (эвристическая беседа), метод анализа конкретных ситуаций (case-study), метод имитационного упражнения (имитационная игра), метод мозгового штурма (мозговая атака, брейнсторминг), метод круглый стол, метод семинар-дискуссия (групповая, научной дискуссия).

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Учебный курс «Безопасность жизнедеятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Иностранный язык», «Социология», «Теория организации» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы управления персоналом», «Физическая культура и спорт».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: влияние вредных и опасных факторов среды в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера, правовые и законодательные аспекты безопасности жизнедеятельности, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, а так же приемы оказания первой помощи.

Цель - вооружение будущих специалистов теоретическими знаниями о безопасности человека в современном мире, о формировании комфортной для жизни и деятельности человека среды, минимизации техногенного воздействия на окружающую среду, о сохранении жизни и здоровья человека, в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций с помощью средств и методов защиты и приемов первой помощи.

Задачи:

формирование у обучаемых знаний и навыков, необходимых для:

- идентификации источников опасностей окружающей среды;
- выбора и разработки научно-обоснованных организационно-технических мероприятий, направленных на охрану здоровья и безопасности, а так же использование приемов первой помощи;

Для успешного изучения дисциплины «Безопасности жизнедеятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня ;

– способностью проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности ;

– владением компетенциями сохранения здоровья (знание и соблюдение норм здорового образа жизни; физическая культура);

– владением компетенциями гражданственности (знание и соблюдение прав и обязанностей гражданина; свободы и ответственности);

– владением компетенциями самосовершенствования (сознание необходимости, потребность и способность учиться);

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-8 готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных	Знает	термины, основные понятия, правила и принципы, законы, теории, конкретные факты, процедуры, методы и способы защиты
	Умеет	своевременно оценить риск и использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
	Владеет	навыками основных методов защиты

бедствий		производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
----------	--	--

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

Учебный курс «Иностранный язык» предназначен для бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Иностранный язык» входит в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (72 часа) практические занятия (72 часа), самостоятельная работа (144 часа, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 1, 2 курсе в 1, 2, 3, 4 семестрах.

Дисциплина «Иностранный язык» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Философия», «Русский язык и культура речи» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Логистика закупок».

Цель - формирование у студентов навыков по межкультурному и межличностному общению на английском языке, которые включают в себя лексико-грамматические аспекты, основы межкультурной коммуникации, фоновые знания, стратегии общения на английском языке в устной и письменной формах.

Задачи:

- системное развитие у обучающихся всех видов речевой деятельности на английском языке, которые обеспечивают языковую грамотность;
- формирование средствами иностранного языка межкультурной компетенции как важного условия межличностного, межнационального и международного общения;
- содействие развитию личностных качеств у обучающихся, способствующие выбору релевантных форм и средств коммуникации,

которые позволяют выбрать конструктивный формат межкультурного и межличностного взаимодействия;

– получение фоновых знаний, расширяющих кругозор и обеспечивающих успешному общению в интернациональной среде.

Для успешного изучения дисциплины «Иностранный язык» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– уровень владения английским языком на уровне не ниже А1 международного стандарта;

– владение нормами родного языка;

– навыками самостоятельного обучения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия <i>(формируется частично)</i>	Знает	– грамматический строй английского языка; – слова и выражения в объеме достаточном для ежедневной коммуникации в устной и письменной формах; – стратегии речевой деятельности
	Умеет	– воспринимать иноязычную речь на слух в рамках обыденной коммуникации; – выражать свои мысли грамотно, употребляя соответствующие грамматические и лексические формы, как устно, так и письменно
	Владеет	– навыками употребления соответствующих языковых средств в осуществлении речевой деятельности; – навыками поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников; – навыком просмотрового, поискового и аналитического чтения; – навыком восприятия информации на слух

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Иностранный язык» на каждом занятии применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дебаты, дискуссии, «мозговой» штурм

(brainstorming), метод «круглого стола», блиц- опрос, ролевая игра, парные и командные формы работы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Физическая культура и спорт»

Учебный курс «Физическая культура и спорт» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Физическая культура и спорт» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (70 часов), самостоятельная работа студента (2 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Основы управления проектами», «Основы управления персоналом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Организация и технология продаж», «Основы логистики».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: общие теоретические аспекты физической культуры, практическое освоение средств (упражнений) из базовых видов двигательной деятельности (легкая атлетика, спортивные игры (волейбол)) для формирования физической культуры личности.

Цель - изучения дисциплины является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

1. Формирование знаний, умений и навыков в реализации средств базовых видов двигательной деятельности (легкая атлетика, спортивные игры (волейбол)), эстетическое и духовное развитие студентов.

2. Развитие физических способностей средствами базовых видов двигательной деятельности для укрепления здоровья и поддержания физической и умственной работоспособности.

3. Воспитание социально-значимых качеств и формирование потребностей в здоровом образе жизни для эффективной профессиональной самореализации.

Для успешного изучения дисциплины «Физическая культура» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение использовать основные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
- владение общими методами укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующая общекультурная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает	Общие теоретические аспекты физической культуры, значение физического воспитания в личностном и профессиональном развитии.
	Умеет	Использовать средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, повышения работоспособности.
	Владеет	Традиционными формами и видами физкультурной деятельности для поддержания и развития физических способностей и формирования мотивации к двигательной активности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Русский язык и культура речи»

Учебный курс «Русский язык и культура речи» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Русский язык и культура речи» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 2 зачётные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Русский язык и культура речи» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Основы современных образовательных технологий», «Иностранный язык» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Правоведение», «Философия», «Основы менеджмента».

Цель – формирование грамотной языковой личности, связанное с повышением уровня языковой и коммуникативной компетенции будущих специалистов в области экономики.

Задачи:

1. Ознакомление студентов с теоретическими основами культуры речи как системы коммуникативных качеств (правильности, точности, логичности, чистоты, уместности, ясности, выразительности и богатства речи) и формирование навыков применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации;
2. Изучение системы норм современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры;
3. Анализ функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, знакомство с языковыми особенностями всех выделяемых стилей;

4. Изучение правил языкового оформления официально-деловых документов различных жанров;
5. Повышение общей языковой грамотности студентов;
6. Развитие языкового чутья и оценочного отношения как к своей, так и к чужой речи;
7. Углубление навыков самостоятельной работы со словарями и справочными материалами;
8. Развитие риторических навыков студентов;
9. Формирование открытой для общения личности, имеющей высокий рейтинг в системе современных социальных ценностей.

Для успешного изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- знание общих норм орфографии, пунктуации, произношения, морфологической и синтаксической теории;
- навыки работы с текстами различных функциональных стилей.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знает	сведения о коммуникативных качествах речи (правильности, точности, логичности, чистоты, уместности, ясности, выразительности и богатства речи); сведения о функционально-стилевой дифференциации современного русского литературного языка, языковые особенности всех выделяемых стилей
	Умеет	отбирать для эффективной коммуникации языковые средства, соответствующие фонетическим, лексическим, морфологическим, синтаксическим и стилистическим нормам современного русского литературного языка на всех уровнях языковой структуры
	Владеет	навыками применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации, навыками составления и анализа текстов различных языковых стилей

ОК – 5 способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	место языка в жизни современного общества, особенности функционирования языка как основного средства общения
	Умеет	использовать языковые средства в различных ситуациях общения
	Владеет	навыками использования языковых средств в различных ситуациях общения

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Русский язык и культура речи» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар; упражнение; групповое занятие.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы современных образовательных технологий»

Учебный курс «Основы современных образовательных технологий» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы современных образовательных технологий» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены практические работы (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Основы современных образовательных технологий» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Математика», «Информатика», «Русский язык и культура речи» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Институциональная экономика», «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика», «Товароведение», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности», «Основы корпоративных финансов».

Содержание дисциплины состоит из 4 разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Информация, информационные системы и технологии.

Понятие информатики, информации. Единицы измерения количества информации. Понятие информационного процесса, информационных технологий. Этапы развития информационных технологий. Понятие информационных систем.

2. Технические средства информационных технологий.

Техническая основа обеспечения информационных технологий. Классификация компьютеров. Поколения компьютеров. Принципы Фон Неймана. Архитектура компьютеров.

3. Прикладные программные средства реализации информационных процессов.

Классификация программного обеспечения (системное, прикладное и т.д.). Программы работы с текстом и графикой (векторная и растровая графика, pdf-формат), табличные процессоры, программы создания презентаций. Особенности оформления печатных документов. Оформление электронных документов и презентаций. Работа с графикой (деловая графика, иллюстрации). Базы данных. Системы управления базами данных.

4. Сетевые технологии работы с информацией.

Компьютерные сети и защита информации: принципы организации и функционирования компьютерных сетей, локальные и глобальные сети. Организация защиты информации в информационных технологиях. Сеть Интернет. История развития глобальной сети Internet. Гипертекстовые технологии. Понятие URL, HTML – файлов (структура HTML-документов, теги). Типы сайтов и их структура (поисковые, корпоративные, контент сайты и т.д.). Авторское право и информационные технологии).

Цель – освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области современных информационных технологий.

Задачи:

- изучение современных средств создания текстовых документов, электронных таблиц и других типов документов;
- изучение базовых принципов организации и функционирования компьютерных сетей и сети Интернет;
- изучение методов поиска информации в сети Интернет, методов создания сайтов с использованием средств автоматизации данного процесса.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	основы культуры мышления и характеристики мыслительных операций;
	Умеет	понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать информацию; проблематизировать мыслительную операцию, репрезентировать ее на уровне проблемы; определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций;
	Владеет	мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации, обобщения, классификации;
ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает	содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности
	Умеет	планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности
	Владеет	технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Основы современных образовательных технологий» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, проблемный метод, составление интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Правоведение»

Учебный курс «Правоведение» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Правоведение» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), самостоятельная работа (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Правоведение» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы современных образовательных технологий», «Русский язык и культура речи», «История», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Философия», «Основы менеджмента», «Товароведение».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: права и свободы человека и гражданина, уметь их реализовывать в различных сферах жизнедеятельности, и, прежде всего, в своей будущей профессиональной деятельности; уметь использовать нормативно-правовые акты и на их основе составлять документы, относящиеся к будущей профессиональной деятельности, предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав.

Цель – общее правовое образование будущего специалиста.

Задачи:

- овладение понятийным аппаратом;
- формирование у будущего специалиста высокой правовой культуры, правосознания и умений активно применять законы в практической деятельности;
- знание своих гражданских прав и обязанностей, умелое их

использование;

- умение защищать свои права;
- умение творчески подходить к решению научных и практических проблем.
- Формирование и укрепление навыков практического применения норм права.

Для успешного изучения дисциплины «Правоведение» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способностью проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК – 6 способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	знает (порогов ый уровень)	Основы правовых знаний российского законодательства
	умеет (продви нутый)	Использовать правовые знания в своей деятельности
	владеет (высоки й)	Практическими навыками применения норм российского законодательства в различных сферах деятельности
ОК – 10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению	знает (порогов ый уровень)	- мировоззренческие социально и лично значимые философские проблемы;

патриотизма		<ul style="list-style-type: none"> - взаимоотношение материального и духовного, биологического и социального начал в человеке; - отношение человека к обществу и другим людям.
	умеет (продвинутой)	<ul style="list-style-type: none"> - выполнять требование гражданского долга и носить в себе подлинное чувство патриотизма; - стремиться к постоянному саморазвитию, овладению духовным богатством человеческого рода, повышению своей квалификации и мастерства, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития своих достоинств и устранения недостатков;
	владеет (высокой)	<ul style="list-style-type: none"> - Методами анализа способов и форм получения исторической информации, понятийным аппаратом, хроникой событий.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правоведение» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-дискуссия, разработка индивидуального проекта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы Менеджмента»

Учебный курс «Основы Менеджмента» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы Менеджмента» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в т.ч. с использованием МАО 18 часов), самостоятельная работа (36 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы Менеджмента» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика предприятия торговли»; «Информатика», «Экономическая теория», «Русский язык и культура речи» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы предпринимательства и управление бизнесом», «Основы коммерческой деятельности».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность и методологические основы менеджмента организации: соотношение понятий «менеджмент» и «управление»; сущность управления организацией; современные модели менеджмента; значение менеджмента как вида деятельности в современных условиях; понятие организации; современные формы и модели организаций; понятие внутренней и внешней среды организации; персонал как объект управления; сбор данных, анализ и оценка состояния внутренней и внешней среды организации; структура организаций.

2. Функции менеджмента: понятие функции менеджмента и значение выделения функций для теории и практики менеджмента; общие и специфические функции менеджмента; функции и методы управления персоналом как объекта управления; понятие, виды и этапы функции планирования; анализ, оценка и разработка стратегии организаций; понятие, принципы и этапы функции организации; организационно-управленческая работа с коллективом, в том числе с малым; понятие мотивации и взаимосвязь его с понятием стимулирования; теории и принципы мотивации; трудовая мотивация; понятие и состав функции контроля; методы управления.

3. Управленческие решения и связующие процессы в менеджменте: понятие, значение и классификация управленческого решения и его особенности; специфика организационно-управленческих решений в отношении персонала организации; основные этапы разработки и реализации управленческого решения; методы принятия организационно-управленческих решений; управление как процесс коммуникаций, обмена информацией; сбор, хранение, обработка информации в управлении профессиональной деятельностью групповая динамика, лидерство и руководство.

Цель - формирование у студентов представления о менеджменте, его принципах, функциях и методах, формирование навыков практической деятельности и управленческого мышления, необходимых для принятия оптимальных организационно-управленческих решений.

Задачи:

- научить студента принимать различные организационно-управленческие решения;
- освоить инструменты и алгоритмы, необходимые для принятия оптимальных организационно-управленческих решений;
- освоить принципы, способы и инструменты организации работы;
- знать и владеть методиками и инструментами менеджмента.

– способность ориентироваться в политических и социальных процессах, использовать знания и методы гуманитарных и социальных наук при решении профессиональных задач;

– способность соблюдать требования законов и иных нормативных правовых актов;

– способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации;

– способность осуществлять письменную и устную коммуникацию на русском языке, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-9- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	Способы работы с информацией, постановки целей, и путей достижения
	Умеет	Осуществлять обобщение, анализ информации
	Владеет	Культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ПК- 5 – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знает	Основные положения и методы управления персоналом и организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	Умеет	Использовать и управлять персоналом организации (предприятия)
	Владеет	управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК – 6 - способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	Способы выбора деловых партнёров и ведения переговоров
	Умеет	Выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
	Владеет	Способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы менеджмента» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: анализ конкретных учебных ситуаций (метод кейсов), семинары-дискуссии, игроупражнения в форме индивидуальной работы студентов или работы студентов в малых группах.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономическая теория»

Учебный курс «Экономическая теория» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Экономическая теория» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 час.), самостоятельная работа (72 часа, в т.ч. 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Экономическая теория» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Основы современных образовательных технологий», «Иностранный язык» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Правоведение», «Философия», «Основы менеджмента».

Содержание дисциплины состоит из четырех разделов и охватывает следующий круг вопросов: предмет дисциплины и методы изучения экономических процессов; основы рыночного хозяйства; теорию спроса и предложения; теорию производства фирмы; микроэкономический анализ рынков готовой продукции; особенности рынков ресурсов; ценообразование на ресурсы и формирование доходов; макроэкономические показатели; макроэкономическое равновесие; макроэкономические проблемы экономического роста, экономических циклов, инфляции и безработицы; денежно-кредитная и финансовая политика; роль государства в рыночной экономике; международные экономические отношения.

Цель – сформировать у студентов целостное представление о теоретических основах функционирования экономики, анализе объективных

экономических закономерностей на уровне отдельных хозяйствующих субъектов и национальной экономики в целом.

Задачи:

- сформировать представления об экономической теории как науки, её важнейших направлений и школ в историческом развитии;
- ознакомить с научными представлениями о происходящих экономических явлениях и процессах;
- ознакомить с механизмом функционирования рынков благ и факторов производства, рынков совершенной и несовершенной конкуренции;
- выработать понимание механизма функционирования национальной и мировой экономики в целом;
- сформировать понимание моделей поведения потребителей, производителей и государства.

Для успешного изучения дисциплины «Экономическая теория» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	<ul style="list-style-type: none">• основные понятия и концепции институциональной экономики;• основные современные направления развития институциональной экономики.
	Умеет	применять инструменты анализа формальных и неформальных институтов для решения профессиональных задач в сфере экономики и управления.

	Владеет	навыками сбора и анализа информации о внешней среде, а также поведении участников в рамках институциональных взаимодействий.
ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	основы культуры мышления и характеристики мыслительных операций;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать информацию; • проблематизировать мыслительную операцию, репрезентировать ее на уровне проблемы; • определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций;
	Владеет	мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации, обобщения, классификации;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическая теория» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (решение ситуационных задач, кейсов).

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информатика»

Учебный курс «Информатика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Информатика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), лабораторные занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Информатика» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Основы современных образовательных технологий», «Иностранный язык» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Правоведение», «Философия», «Основы менеджмента».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: определение и основные свойства информации; технические и программные средства реализации информационных процессов; аппаратная часть и программное обеспечение; системное и прикладное программное обеспечение, основные классы прикладных программ; двоичная форма представления информации: кодирование числовой, текстовой, графической, звуковой информации; вероятностный подход к определению количества информации; основные понятия и операции формальной логики; логические выражения и их преобразование; запросы и отчеты, принципы организации локальных и глобальных сетей; защита информации от несанкционированного доступа; понятие об Интернет и его терминология; понятие о растровой и векторной графике, цифровые файловые форматы;

реализация алгоритмов линейных, циклических и разветвляющихся вычислительных процессов, формирования и обработки массивов.

Цель – овладение основами знаний о процессах получения преобразования и хранения информации, развитие у студентов алгоритмического и логического стиля мышления.

Задачи:

- раскрыть роль информатики и значение информационных технологий в развитии современного общества, привить студентам навыки сознательного и рационального использования компьютерной техники в своей учебной и последующей профессиональной деятельности;

- познакомить с понятиями системы, информации, модели;

- раскрыть общие закономерности информационных процессов в природе, обществе, технических системах; познакомить с принципами структурирования, формализации информации и выбрать умения строить информационные модели для описания объектов и систем;

- сформировать навыки поиска, обработки, хранения информации посредством современных компьютерных технологий для решения учебных задач, а в будущем и в профессиональной деятельности;

- выработать способность обращаться к компьютеру при решении задач из любой предметной области, базирующуюся на осознанном владении информационными технологиями и навыками взаимодействия с компьютером.

Для успешного изучения дисциплины «Информатика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность к саморазвитию, самореализации, раскрытию творческого потенциала;

- способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Знает	основные методы математического анализа и моделирования
	Умеет	применять методы математического анализа и моделирования при решении профессиональных проблем
	Владеет	математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знает	основные технические средства и информационные технологии, и их возможности для решения аналитических и исследовательских задач
	Умеет	обрабатывать информацию с помощью современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром современных методов и приёмов для эффективной обработки информации с помощью современных технических средств и информационных технологий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция с разбором конкретных ситуаций, разработка индивидуального проекта, мастер-класс.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математика»

Учебный курс «Математика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Математика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа, в том числе 54 на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1,2-м семестрах.

Дисциплина «Математика» изучается параллельно со следующими дисциплинами «История», «Русский язык и культура речи», «Информатика», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: элементы матричного и векторного анализа, аналитическая геометрия; математический анализ.

Цель - освоения дисциплины «Математика» в соответствии с общими целями ОП являются:

- формирование и развитие личности студента;
- развитие логического мышления;
- повышение уровня математической культуры;
- овладение современным математическим аппаратом, необходимым для изучения естественнонаучных и профессиональных дисциплин.

Задачи:

Сформировать у студентов навыки:

- решения систем линейных алгебраических уравнений,
- геометрической работы с векторами,
- вычисления пределов,
- дифференцирования функции одной переменной,
- вычисления неопределенных и определенных интегралов,
- решения задач на приложения интегралов,
- решения дифференциальных уравнений с разделяющимися переменными,

- исследования рядов.

Для успешного изучения дисциплины «Математика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- Предметные, по курсу математики среднего (полного) образования
- Способность к обучению и стремление к познаниям
- Умение работать в группе и самостоятельно
- Быть пользователем компьютера

• Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять	Знает	Основные понятия матричного исчисления, элементы векторной алгебры, методы решения систем, основные понятия аналитической геометрии. Основные понятия и методы вычисления пределов, нахождения производных, вычисления интегралов, метод решения дифференциальных уравнений.
	Умеет	Применять методы матричного исчисления, аналитической геометрии и математического анализа для решения типовых профессиональных задач
	Владеет	Навыками использования математического аппарата для решения профессиональных задач

основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией		
---	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Математика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция – презентация, проблемная лекция, кооперативное обучение, экспресс-опрос, кросс-опрос.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Институциональная экономика»

Учебный курс «Институциональная экономика» предназначен для студентов специальности 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Институциональная экономика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа (90 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре. Форма контроля – экзамен.

Дисциплина «Институциональная экономика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «История» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы корпоративных финансов», «Международные экономические отношения».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов: происхождение институтов, правила взаимодействия агентов рынка, санкции, влияние транзакционных издержек на экономику, формы управления транзакциями, распределение прав собственности и его влияние на стимулы экономических агентов, причины появления фирмы, её цели, конфликты в иерархической структуре фирмы, источники эволюции институтов, причины дифференциации в развитии стран при одинаковых технологических предпосылках, феномен коррупции, рентоориентированное поведение и прочее.

Цель – сформировать у студентов целостное представление об истории становления и современном развитии институциональной экономической

теории, а также сформировать навыки использования соответствующего инструментария для решения задач институционального анализа.

Задачи:

– дать студенту знания об истоках институциональной экономической теории, основных этапах её зарождения, предпосылках и допущениях институциональной теории, причинах возникновения, современных направлениях развития и ответвлениях институционализма;

– сформировать у студентов знания терминологического аппарата институциональной экономики;

– выработать у студентов понимание основных компонентов формального и неформального института в рамках анализа институтов: нормы и правила, санкции, рутины и ментальные модели, и прочее;

– ознакомить студентов с современным инструментарием анализа институтов;

– выработать у студента навыки сбора и анализа информации для целей институционального анализа.

Для успешного изучения дисциплины «Институциональная экономика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции (части компетенций):

– способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции(элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	основные понятия и концепции институциональной экономики; основные современные направления развития институциональной экономики.
	Умеет	применять инструменты анализа формальных и неформальных институтов для решения профессиональных задач в сфере экономики и управления.
	Владеет	навыками сбора и анализа информации о внешней среде, а также поведении участников в рамках институциональных взаимодействий.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Институциональная экономика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (решение ситуационных задач), ролевая игра, составление интеллект – карты.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика предприятия торговли»

Учебный курс «Экономика предприятия торговли» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Экономика предприятия торговли» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Экономика предприятия торговли» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Экономическая теория», «Основы современных образовательных технологий» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика», «Управление предприятием», «Международные экономические отношения», «Маркетинговые исследования».

Содержание дисциплины состоит из одного раздела и охватывает следующий круг вопросов: основные понятия и категории торговли, методы анализа и планирования ресурсов малого предприятия, расчет основных показателей экономических категорий предприятия, оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия малого и среднего бизнеса, классификацию затрат предприятий малого и среднего бизнеса; особенности управления ресурсами предприятий малого и среднего бизнеса.

Цель – овладение студентами системного подхода к взаимосвязи понятий и закономерностей в торговле современного периода, через изучение технологических процессов, методов управления и систем

экономических показателей функционирования предприятий малого бизнеса.

Задачи:

- изучить предпринимательство в малом бизнесе в современных рыночных условиях;
- изучить методики экономического анализа экономических категорий в торговле;
- управлять ресурсами предприятий малого и среднего бизнеса.

Для успешного изучения дисциплины «Экономика предприятия торговли» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность к работе в коллективе, толерантно воспринимая социальные, культурные, конфессиональные и иные различия, предупреждать и конструктивно разрешать конфликтные ситуации в процессе профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность;
- способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические

показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;

- способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	Основные положения экономических знаний
	Умеет	Использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
	Владеет	Навыками использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности
ПК-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	Основные понятия стратегии организации
	Умеет	Анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
	Владеет	Навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономика предприятия торговли» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссии, творческое задание, кейсы, проект, ролевые игры, деловые игры.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономическая статистика»

Учебный курс «Экономическая статистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Экономическая статистика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (144 часов, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Экономическая статистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Информатика», «Математика», «Экономическая теория» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Бизнес-аналитика», «Smart Data (Умные данные)», а также к прохождению всех видов практики, к государственной итоговой аттестации.

Содержание дисциплины состоит из девяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Предмет, метод и задачи статистики. Базовые понятия и категории статистики, краткие сведения из ее истории. Источники статистической информации. Национальные и международные статистические организации. Современные профессиональные пакеты прикладных программ в статистике.

2. Сущность и этапы статистического наблюдения. Сводка и группировка данных статистического наблюдения. Многомерная группировка данных статистического наблюдения. Современные методы визуализации статистических данных.

3. Абсолютные и относительные величины. Меры центральной тенденции: средние величины. Показатели вариации, характеристики диапазона и формы распределения статистических данных. Использование описательных статистик в практических целях.

4. Генеральная совокупность и выборка. Выборочные аналоги параметров генеральной совокупности. Применение выборочного метода в различных сферах практической деятельности. Проектирование выборочных обследований и способы формирования выборки. Распространение результатов выборочного обследования на генеральную совокупность. Определение оптимального объема выборки.

5. Основные задачи индексного метода. Классификация индексов. Система взаимосвязанных индексов, факторный анализ. Использование индексного метода анализа в практической деятельности.

6. Стохастико-детерминированный характер социально-экономических явлений. Корреляционный анализ взаимосвязи экономических показателей. Регрессионный анализ. Использование корреляционно-регрессионного анализа в практической деятельности.

7. Ряды динамики: основные понятия и принципы их построения. Показатели изменения уровней рядов динамики. Методы анализа основной тенденции развития и изучение сезонных колебаний в рядах динамики. Практическое применение методов анализа рядов динамики.

8. Статистика предприятий. Статистика домашних хозяйств.

9. Показатели ресурсов социально-экономического потенциала страны. Показатели реализации социально-экономического потенциала страны. Показатели уровня жизни населения.

Цель – формирование у будущих бакалавров устойчивых навыков по сбору, обработке и анализу числовых и нечисловых данных для статистической поддержки принятия оптимальных управленческих решений в экономике, бизнесе, социальной сфере.

Задачи:

- формирование у студентов теоретических знаний экономико-статистического исследования различных социально-экономических процессов на макро- и микроуровне, на основе познания конкретных статистических методов и методик расчета экономических показателей.

- выработка компетенций у будущих бакалавров, необходимых для успешного применения широкого инструментария статистики при решении профессиональных задач анализа социально-экономических процессов и явлений, практической экономической деятельности, а также при принятии управленческих решений.

- формирование навыков проведения статистических расчетов с применением компьютерной техники и современных статистических пакетов прикладных программ.

Для успешного изучения дисциплины «Экономическая статистика» у обучающихся формируются должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

- способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	методы выявления тенденций развития социально-экономических явлений и процессов
	Умеет	анализировать динамику социально-экономических процессов, выявлять тенденцию развития явлений
	Владеет	навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области статистических методов в экономике
ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	основные понятия и теоретические положения изучаемых дисциплин; методы анализа, систематизации и обобщения информации, цели и пути их достижения
	Умеет	применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать информацию
	Владеет	методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска их достижения
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности	Знает	основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	Умеет	применять информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач
	Владеет	навыками эффективного использования информационно-коммуникационных технологий для решения задач управленческого характера
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Знает	основные методы математического анализа и моделирования
	Умеет	применять методы математического анализа и моделирования при решении профессиональных проблем
	Владеет	математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знает	основные технические средства и информационные технологии, и их возможности для решения аналитических и исследовательских задач
	Умеет	обрабатывать информацию с помощью современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром современных методов и приёмов для эффективной обработки информации с помощью современных технических средств и информационных технологий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическая статистика» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: case-study, метод проектов, игропрактические занятия.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

Учебный курс «Управление человеческими ресурсами» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с применением МАО), самостоятельная работа студентов (198 часов, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе, в 1 семестре.

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Информатика», «Экономическая теория», «Русский язык и культура речи», «История» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы менеджмента», «Основы предпринимательства и управление бизнесом», «Управление проектами в логистике», «Управление бизнес-проектами».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Основы управления человеческими ресурсами: основные понятия и концепции управления человеческими ресурсами; функции и методы управления человеческими ресурсами предприятия; стили и техники руководства.

2. Формирование человеческих ресурсов предприятия торговли: организационно-кадровый аудит и кадровое планирование; подбор персонала; расстановка и адаптация персонала.

3. Эффективное использование человеческих ресурсов предприятия торговли: мотивация поведения в процессе трудовой деятельности и

создание системы стимулирования труда; развитие персонала и работа с кадровым резервом; формирование корпоративной культуры и управление фоном производственных отношений; деловая оценка и контроль исполнительности персонала организации; оценка эффективности управления персоналом и управление расходами на персонал.

Цель – формирование у студентов компетенций, направленных на грамотное управление человеческими ресурсами предприятий торговли, для их применения в практической деятельности.

Задачи:

- формирование теоретических знаний о концепциях, функциях и методах управления человеческими ресурсами (УЧР);
- развитие практических умений в области современных персонал-технологий, касающихся планирования, подбора, расстановки, адаптации, мотивации, оценки и развития человеческих ресурсов;
- тренинг навыков в области разработки и реализации кадровых решений в рамках управления человеческими ресурсами предприятий.

Для успешного изучения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- знания общекультурного характера, широкий кругозор;
- владение методами сравнения, анализа, синтеза, дедукции, индукции;
- умение обобщать и делать выводы.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач	Знает	формы деловой коммуникации, приемы письма и ораторского мастерства
	Умеет	организовывать и проводить презентации, собеседования, групповые дискуссии, деловые переговоры, собрания и совещания

межличностного и межкультурного взаимодействия	Владеет	коммуникативными техниками (формулирования вопросов, активного слушания, аргументации)
ОК-4: способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	этапы и методы формирования команды
	Умеет	организовывать работу в команде, распределять обязанности, управлять процессом выработки управленческого решения
	Владеет	конструктивными техниками влияния на коллектив, методами мотивации персонала
ПК-5: способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знает	концепции, функции и методы управления человеческими ресурсами
	Умеет	разрабатывать и реализовывать кадровые решения в рамках управления человеческими ресурсами
	Владеет	современными персонал-технологиями планирования, подбора, адаптации, мотивации, оценки и развития человеческих ресурсов
ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	стадии, этапы и стратегии ведения деловых переговоров
	Умеет	выбирать деловых партнеров, заключать договора и контролировать их выполнение
	Владеет	навыками ведения деловых переговоров, техниками аргументации и преодоления возражений

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление человеческими ресурсами» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия, деловая игра, мозговой штурм, разработка и презентация проекта, анализ ситуаций, творческое задание.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Товароведение»

Учебный курс «Товароведение» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Товароведение» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), лабораторные работы (36 часов), самостоятельная работа студентов (144 часа, в том числе 54 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Товароведение» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы современных образовательных технологий», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Информационное обеспечение потребительских товаров», «Основы коммерческой деятельности», «Логистика производства и распределения», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов, сгруппированных в трех разделах:

1. Теоретические основы товароведения: основные понятия, цели, принципы, методы товароведения; объекты и субъекты товароведной деятельности; классификация и ассортимент потребительских товаров: понятие, классификация; формирование и управление ассортиментом; качество товаров: понятия, номенклатура потребительских свойств и

показателей, критерии их выбора при оценке качества; градации качества; классификация дефектов; методы контроля качества товаров и правила отбора проб из партий; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; товарные потери, меры по их предупреждению и снижению.

2. Товароведение продовольственных товаров: классификация и ассортимент продовольственных товаров; пищевая ценность и общий химический состав; процессы, происходящие при хранении продовольственных товаров, их влияние на качество и продолжительность хранения; факторы, определяющие качество продовольственных товаров; требования к качеству, в т.ч. и безопасности; идентифицирующие признаки продовольственных товаров; оценка качества: методы, показатели, градации; дефекты: виды, причины возникновения, признаки, способы обнаружения; особенности упаковки, маркировки, транспортирования, реализации и хранения продовольственных товаров.

3. Товароведение непродовольственных товаров: классификация и ассортимент непродовольственных товаров; факторы, определяющие качество непродовольственных товаров; требования к качеству, в т.ч. и безопасности; идентифицирующие признаки непродовольственных товаров; оценка качества: методы, показатели, градации; дефекты: виды, причины возникновения, признаки, способы обнаружения; особенности упаковки, маркировки, транспортирования, реализации и хранения непродовольственных товаров.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области классификации, ассортимента, потребительских свойств, оценки качества и безопасности однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах их жизненного цикла, которые помогут будущему специалисту в решении вопросов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Задачи:

- раскрыть основные понятия по товароведению; дать представление о

систематизации, классификации, ассортименте однородных групп потребительских товаров;

- дать основополагающие товароведные характеристики однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров и их идентификационных признаков;

- сформировать умение управлять ассортиментом различных групп продовольственных и непродовольственных товаров, анализировать номенклатуру их потребительских свойств и показателей качества;

- способствовать развитию навыков анализа факторов, определяющих качество товаров на всех стадиях их жизненного цикла;

- способствовать освоению и владению методами и приемами классификации потребительских товаров, оценки их качества, определения требований к товарам и установления соответствия их качества и безопасности действующей нормативной документации.

Для успешного изучения дисциплины «Товароведение» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

- готовность работать с технической документацией, необходимой для

профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	ассортимент товаров, их потребительские свойства, факторы, определяющие качество товаров, методы определения и оценки качества товаров, градации качества товаров и их дефекты, приемку товаров и их учет
	Умеет	управлять ассортиментом и качеством товаров, оценивать их качество, проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству
	Владеет	способами, методами и средствами управления ассортиментом товаров, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения
ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	терминологию в области идентификации и фальсификации товаров; идентификационную экспертизу потребительских товаров
	Умеет	проводить идентификацию товаров и выявлять их фальсификацию
	Владеет	методами и средствами идентификации товаров и предупреждения их фальсификации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Товароведение» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), кроссворд.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности»

Учебный курс «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Экономика предприятия торговли» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международные экономические отношения», «Основы корпоративных финансов».

Цель – формирование у студентов знаний, навыков и умений в области бухгалтерского учета, изучение его предмета и метода, основ отражения основных хозяйственных операций предприятия на счетах бухгалтерского учета техники составления бухгалтерского баланса, методам ведения бухгалтерского учета активов и обязательств предприятия, формирование у студентов знаний, навыков и умений в области изучения методик анализа основных критериев финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской отчетности, получить практические навыки по проведению финансового анализа по данным бухгалтерской отчетности.

Задачи:

- рассмотрение бухгалтерского учета как основного источника достоверной информации, необходимой для успешного управления организацией;

- овладение теоретическими основами организации учетного процесса;

- ознакомление с системой счетов бухгалтерского учета, технологией обработки учетной информации;

- овладение умениями целостного восприятия нормативно-правового поля, в котором осуществляет деятельность объект управления.

- раскрытие аналитических возможностей бухгалтерской (финансовой) отчетности;

- оценка основных критериев финансового состояния организации по данным бухгалтерского баланса;

- изучение традиционных методик финансового анализа платежеспособности и финансовой устойчивости организации;

- оценка формирования прибыли и рентабельности организации по данным отчета о финансовых результатах;

- анализ информации, содержащейся в отчете о движении денежных средств;

- анализ прочей информации, содержащейся в приложениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах и в пояснительной записке, подлежащей обязательному раскрытию в финансовой отчетности;

- выявление путей оздоровления финансового состояния предприятия по результатам проведенного анализа;

- использование выводов из анализа финансовой отчетности при разработке бизнес-плана организации и принятии различных управленческих решений.

Для успешного изучения дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ;

- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	–теоретические основы экономики предприятия и организации производственных (торговых) процессов и труда;
	Умеет	–применять понятийно-категориальный аппарат в аналитических расчетах и их интерпретации;
	Владеет	–навыками проведения анализа основных экономических показателей и эффективности деятельности предприятия в целом.
ПК -2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать	Знает	-общую характеристику управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей; - понятие инвентаризации и видов потерь, способов отражения ее результатов в системе бухгалтерского учета и способов списания потерь;

процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери		- основные методы анализа затрат предприятия и способы минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.
	Умеет	-применять методы управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей; - проводить инвентаризацию и определять виды потерь, отражать результаты инвентаризации и списание потерь в системе бухгалтерского учета; - применять основные методы анализа затрат предприятия и способы минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.
	Владеет	-умением и навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии и регулирования процессов хранения материальных ценностей; - навыками проведения инвентаризации и определения видов потерь, навыками отражения результатов инвентаризации и списания потерь в системе бухгалтерского учета; - навыками анализа затрат предприятия и выбора способа минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» применяются следующие методы активного обучения: лекция-дискуссия, обучающий курс в форме презентаций, круглый стол, кейс-стади.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы корпоративных финансов»

Учебный курс «Основы корпоративных финансов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы корпоративных финансов» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (72 часа), практические занятия (36 часов, в т.ч. в интерактивной форме - 36 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов - на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Основы корпоративных финансов» основывается на знаниях дисциплин «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Математика», «Институциональная экономика», «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности», «Основы налогообложения» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы коммерческой деятельности», «Международные экономические отношения», «Управление ценообразованием», «Основы предпринимательства и управление бизнесом».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические основы финансов корпорации и управление денежными потоками: сущность, функции, принципы и формы проявления корпоративных финансов. Формы организации предприятий в условиях рыночной экономики. Понятие «корпорация». Финансовый механизм и его основные элементы. Система информационного обеспечения управления финансами корпорации. Особенности организации и управления финансами на предприятиях финансово-кредитной сферы. Понятие и виды денежных

потоков. Формирование денежного потока. Денежные потоки — основа стоимости корпорации.

2. Основы оценки бизнеса, финансового прогнозирования и принятие инвестиционных решений: Основные подходы к определению стоимости активов и бизнеса корпораций. Итоговая величина стоимости корпорации. Сущность и методы финансового планирования и прогнозирования. Финансовая политика и стратегия устойчивого роста. Финансовые измерения качества корпоративного роста. Инвестиционные решения, методы оценки инвестиций. Оценка инвестиций в реальные и финансовые активы. Портфельное инвестирование.

3. Управление капиталом, прибылью организации и основы антикризисного финансового управления: Финансовые ресурсы, источники их формирования. Понятие «капитал». Собственный и заёмный капитал корпорации. Формирование политики управления собственным и заёмным капиталом. Модели структуры капитала. Оптимизация структуры капитала. Роль амортизационной политики в обновлении основного капитала. Анализ эффективности использования основных и оборотных средств. Политика управления внеоборотными активами. Политика управления оборотными активами. Классификация расходов и доходов компании. Управление постоянными и переменными затратами предприятия. Управление прибылью предприятия. Сущность, цели и задачи управления финансовыми рисками корпораций. Основные принципы управления финансовыми рисками. Этапы управления финансовыми рисками. Функции управления финансовыми рисками. Состав основных элементов механизма управления финансовыми рисками. Система финансовых рычагов. Система финансовых методов управления финансовыми рисками. Система финансовых инструментов управления финансовыми рисками.

Цель – формирование у студентов комплексных теоретических знаний и приобретение практических навыков в области принятия финансовых решений, направленных на достижение стратегических целей

деятельности корпорации и решения соответствующих тактических задач.

Задачи:

- освоение сущности и основополагающих функций ключевых аспектов финансовой деятельности, обоснования финансовой стратегии корпорации и мониторинга её последующей реализации;
- изучение теоретических и практических аспектов современных методов финансовой аналитики для исследования процессов текущей финансовой деятельности корпорации для реализации стратегических приоритетов её развития;
- анализ особенностей механизмов реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, организацией оборота денежных средств;
- приобретение навыков выявления имеющихся резервов функционирования финансов корпорации и обоснования оптимальных управленческих решений, как способов их реализации;
- приобретение навыков применения методов определения потенциальных результатов и перспектив финансового развития корпорации.

Для успешного изучения дисциплины «Основы корпоративных финансов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность обосновывать выбор методик расчета экономических показателей;
- способность подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты

работы в соответствии с принятыми стандартами.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	знает	Теоретические основы финансового и управленческого учета на предприятии и значение финансовой информации для руководителя, измерения деловой активности предприятия, теоретических основ бизнес-процессов предприятия.
	умеет	Квалифицированно применять знания для решения конкретной задачи; применять методики для оценки финансовых планов; интерпретировать информацию финансовых отчетов для внутренних и внешних пользователей.
	владеет	Навыками принятия управленческих, финансовых и проектных решений в целях повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта.
ОПК-4 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	знает	Теоретические основы математического анализа и моделирования, построения ожиданий на основе составленных моделей.
	умеет	Применять основные методы математического анализа и моделирования.
	владеет	Навыками расчетов математического анализа и методами моделирования и прогнозирования, а также навыками принятия решений на основе полученных данных.
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	знает	Теоретические основы организации и планирования закупок и продаж, структуры материально-производственных запасов, складирования на предприятии.
	умеет	Применять полученные навыки планирования, анализа и аналитики закупок и продаж на предприятии.
	владеет	Навыками организации и планирования материально-технического обеспечения компании на основе полученных данных и принятия управленческих решений.
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	знает	Теоретические основы планирования финансов организации, финансового прогнозирования и построения стратегий экономического развития компании.
	умеет	Применять основные методы привлечения

		финансирования, методы расчетов бизнес-планов и финансовых показателей, применять навыки составления смет и отчетной документации.
	владеет	Навыками построения финансовых моделей для компаний; техниками анализа основных финансовых показателей, а также построения финансовых прогнозов и ожиданий и оптимизации бизнес-процессов предприятия.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы корпоративных финансов» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: групповые дискуссии, метод ситуационного анализа (ситуационные задачи).

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»

Учебный курс «Основы маркетинга» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы маркетинга» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (72 часа, из них 27 часов подготовка к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы маркетинга» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы современных образовательных технологий», «Экономическая теория», «Экономика предприятия торговли», «Управление человеческими ресурсами», и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика производства и распределения», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Основы предпринимательства и управление бизнесом», «Математика клиентоориентированности», «Маркетинг для стартаперов» и др.

Содержание дисциплины состоит из 5 разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Социально-экономическая сущность маркетинга: концепции, принципы, инструменты воздействия: сущность маркетинга и эволюция концепций маркетинга, основополагающие (ключевые) понятия маркетинга, виды и функциональная структура маркетинга, элементы комплекса маркетинга, маркетинговая среда предприятия и её элементы, потребительская ценность, современные тенденции развития маркетинга

2. Маркетинговая среда предприятия и методы сбора информации для ее анализа: маркетинговая среда функционирования предприятия и её элементы, маркетинговая информационная система (МИС), понятие и виды маркетинговой информации, понятие и виды маркетинговых исследований, основные методы маркетинговых исследований, процесс маркетинговых исследований, модель потребительского поведения, теория поколений X, Y и Z.

3. Целевой маркетинг: сегментирование рынка: понятие, виды, этапы, признаки сегментирования на потребительском и деловом рынках, понятие и стратегии позиционирования, карта позиционирования.

4. Совокупность решений в области комплекса маркетинга: понятие и основные уровни товара, классификация товаров в маркетинге, жизненный цикл товара, структура и основные виды товарной политики, комплекс решений в рамках товарной политики, управление рыночными атрибутами товара, разработка и выведение нового товара на рынок.

Понятие и структура цены, базовые виды ценовых стратегий, возможность их применение на различных этапах ЖЦТ, основные методы ценообразования, варианты связанного ценообразования, варианты корректировки цен.

Понятие и структура сбыта, понятие и структура сбытовой политики, каналы сбыта/распределения и их системы, конфликты в каналах распределения, понятие товародвижения, основные решения в системе товародвижения.

Соотношение понятий продвижение товара и интегрированных маркетинговых коммуникаций, основные виды продвижения: реклама, PR, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг; коммуникации компании в digital-среде.

5. Клиентоориентированность и социальная ответственность: понятие и логика клиентоориентированности компании, концепция совместного создания ценности, внутренние элементы клиентоориентированной компании: культура, способности, структура, социальная ответственность компаний.

Цель – подготовить слушателей курса к выработке и внедрению эффективных стратегических и тактических маркетинговых решений на основе применения маркетинга как концепции управления.

Задачи изучения дисциплины:

- овладеть современной терминологией в области маркетинга;
- сформировать представления об основных направлениях и тенденциях развития маркетинга;
- сформировать знания о сущности маркетинговой деятельности;
- усвоить теоретические основы и специфику проведения маркетинговых исследований;
- сформировать знания в области целевого маркетинга и деятельности в рамках основных элементов комплекса маркетинга;
- усвоить теоретические основы и специфику управления маркетингом;

- повысить эффективность практической деятельности слушателей курса в области маркетинга и способствовать последующему успешному применению полученных знаний.

Для успешного изучения дисциплины «Основы маркетинга» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-4 – способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торговой-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	структуру МИС (маркетинговой информационной системы); основные виды маркетинговых исследований; особенности методов маркетинговых исследований; содержание этапов процесса маркетинговых исследований
	Умеет	использовать полученные знания в области маркетинга в условиях работы конкретного предприятия или конкретного рынка товаров и услуг
	Владеет	навыками планирования и проведения маркетинговых исследований: разработка программы исследования; разработка инструментария для проведения исследования (анкета, лист наблюдения и т.д.); непосредственное осуществление сбора вторичной или первичной информации; предварительный анализ полученных данных (редактирование, кодирование, табулирование) в программах Excel или SPSS; углублённый анализ данных на основе таблиц и/или рисунков.
ОПК-5 – готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговой-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	основную техническую документацию, необходимую для профессиональной маркетинговой и рекламной деятельности организации
	Умеет	применять действующее законодательство в профессиональной маркетинговой и рекламной деятельности организации
	Владеет	навыками документационного и информационного обеспечения маркетинговой и рекламной деятельности организации
<i>Профессиональные компетенции</i>		
ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с по-	Знает	основы потребительского поведения; основы разработки и осуществления различных видов маркетинговых исследований

мощностью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Умеет	использовать источники маркетинговой информации для получения необходимых данных; использовать маркетинговые исследования для изучения удовлетворения потребностей покупателей товаров; использовать маркетинговые исследования для изучения конъюнктуры рынков товаров и услуг; использовать маркетинговые коммуникации для достижения поставленных целей
	Владеет	навыками осуществления работы в современных рыночных условиях на основе знания потребностей покупателей товаров и услуг в их качественном и количественном выражениях; навыками активного использования тех или иных видов маркетинговых коммуникаций для решения поставленных задач; навыками определения наиболее эффективных путей развития предприятия на различных рынках товаров и услуг

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы маркетинга» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссии, коллоквиумы, составление майнд-карт, деловые игры и др.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика»

Учебный курс «Логистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (54 час), практические занятия (90 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (144 час, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену), а также курсовая работа. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Логистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Математика», «Экономика предприятия торговли», «Товароведение», «Основы маркетинга», «Бухгалтерский учет и анализ финансовой отчетности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы коммерческой деятельности», «Таможенное дело», «Логистика транспорта», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Основы управления цепями поставок».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие, сущность и роль логистики в экономике, концептуальные основы и понятийный аппарат логистики, принципы логистического управления, виды логистических систем, и принципы их построения, функциональный комплекс логистики и области ее применения, виды логистических издержек и способы их сокращения и оптимизации, методы эффективного применения логистики на предприятиях.

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов систему теоретических знаний и навыков планирования, организации и управления

материальными и сопутствующими информационными потоками основе интеграции функциональных областей логистики, а именно, транспортной, закупочной, сбытовой, складской деятельности и управления запасами.

Задачи

1. Изучение принципов логистического управления материальными и информационными потоками на предприятии;

2. Овладение логистическими подходами и методами для повышения эффективности движения материальных и информационных потоков.

3. Выработка навыков выявления, анализа, предупреждения и сокращения логистических затрат, связанных с управлением материальными и информационными потоками в рамках деятельности предприятия.

4. Формирование у студентов понимания принципов логистического подхода к решению задач по минимизации всех видов ресурсов, обеспечивающих функционирование материального потока на предприятии.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы выбора и формирования логистических цепей и схем в торговых организациях; - основы управления логистическими процессами; - принципы и методологию построения логистических систем; - логистические принципы управления различными процессами на предприятии; - логистические подходы и методы оптимизации ресурсов в функциональных областях логистики, отдельных логистических функциях.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - производить выбор и формирование логистических цепей и схем в торговле; - решать проблемы межфункциональной и межорганизационной логистической координации; - осуществлять сквозное управление материальными и информационными потоками; - управлять логистическими процессами в логистических системах; - изыскивать оптимальные логистические системы.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью управлять логистическими процессами на предприятии; - способностью изыскивать оптимальные логистические системы; - логистическими принципами управления различными процессами на предприятии; - методами построения оптимальных логистических цепей и схем; - логистическими подходами и методами для решения задач повышения эффективности логистических систем.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: кейс-задачи, семинары-дискуссии, логистические задания на мышление под прямым углом, на построение денотатного графа, тесты, деловые игры.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

Учебный курс «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость освоения составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (54 часов, из них 36 в интерактивной форме), самостоятельная работа (144 часа, в том числе на подготовку к экзамену 36). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Информатика», «Основы современных образовательных технологий», «Математика», «Экономическая теория» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин как «Экономическая статистика», «Бизнес-аналитика»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик, научно-исследовательской работе и государственной итоговой аттестации.

Содержание дисциплины состоит из четырёх разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Понятие и развитие информационных технологий. Информационные ресурсы.
2. Технологии поиска информации. Инструменты и методы поиска информации.

3. Технология организации, обработки, комплексного анализа и визуализация данных. Картирование экономической информации. Технологии создания элементов бизнес-графики.

4. Технологии виртуализации. Облака и облачные вычисления.

Цель – дать студентам знания о современных тенденциях, способах и методах применения современных информационно-коммуникационных технологий в предстоящей профессиональной деятельности.

Задачи:

– формирование теоретических знаний в области современных информационных технологий и систем;

– развитие практических навыков работы в области современных информационно-коммуникационных технологий для использования в будущей профессиональной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;

– способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности	Знает	Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	Умеет	Применять информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач
	Владеет	Навыками эффективного использования информационно-коммуникационных технологий для решения задач управленческого характера
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Знает	основные методы математического анализа и моделирования
	Умеет	применять методы математического анализа и моделирования при решении профессиональных проблем
	Владеет	математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знает	Основные технические средства и информационные технологии, и их возможности для решения аналитических и исследовательских задач
	Умеет	Обрабатывать информацию с помощью современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	Широким спектром современных методов и приёмов для эффективной обработки информации с помощью современных технических средств и информационных технологий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция с разбором конкретных ситуаций, мастер-класс, творческие индивидуальные работы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы налогообложения»

Учебный курс «Основы налогообложения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки «Логистика в торговой деятельности».

Учебная дисциплина «Основы налогообложения» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины 144 часа (4 зачетные единицы). Учебным планом предусмотрены: 18 часов – лекции, 36 часов – практические занятия (в т.ч. 18 ч - в интерактивной форме), 54 часа самостоятельная работа, 36 ч. - контроль. Дисциплина реализуется на втором курсе в третьем семестре и заканчивается сдачей экзамена.

Дисциплина «Основы налогообложения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Управление человеческими ресурсами», «Основы современных образовательных технологий», и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Основы корпоративных финансов», «Управление ценообразованием».

Содержание дисциплины состоит из 6 модулей и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теория налогов и налогообложение: Экономическое содержание и роль налогов в государственном регулировании. Принципы и функции налогообложения. Понятие и основные элементы налоговой системы. Основные нормативные документы, регулирующие порядок исчисления и уплаты. Участники налоговых правоотношений. Основные элементы налогообложения. Налоговые режимы: общий и специальные. Направления налоговой политики РФ по совершенствованию налогообложения на современном этапе.

Налоговая нагрузка по налогам и сборам в зависимости от вида деятельности налогоплательщика: российская практика и зарубежный аспект. Ответственность за налоговые правонарушения.

2. Косвенное налогообложение: Место и роль НДС и акцизов в налоговой системе и формировании доходных источников бюджета РФ. Характеристика налогоплательщиков, объектов налогообложения, налоговой базы, налоговых ставок, налоговых вычетов, налоговых льгот по НДС, порядка исчисления, уплаты и предоставления отчетности.

3. Налогообложение доходов организаций и физических лиц: место и роль налога на прибыль организаций и НДФЛ в налоговой системе и формировании доходной части бюджетов. Элементы налога на прибыль: объект, налоговая база, налоговый период, ставки, льготы, порядок исчисления и уплаты. Характеристика налогоплательщиков НДФЛ, объекта налогообложения, налоговой базы, налоговых льгот, налоговых ставок и декларирования. Порядок получения налоговых вычетов по НДФЛ.

4. Имущественное налогообложение: Реформирование имущественного налогообложения организаций и физических лиц на современном этапе, зарубежная практика. Кадастровая оценка и учет. Определение основных элементов налога на имущество организаций, транспортного и земельного налога. Основные элементы налогообложения налога на имущество физлиц. Уплата транспортного и земельного налога физическими лицами.

5. Налоги и платежи за пользование природными ресурсами: Действующая система платежей за пользование природными ресурсами в РФ. Налоговые и неналоговые ресурсные платежи: Налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ) и налог на дополнительный доход при добыче УВС (НДД), сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов, водный налог и плата за пользование водными объектами.

6. Специальные налоговые режимы: Понятие и роль УСН, ЕНВД, ЕСХН, патентной системы в стимулировании субъектов малого бизнеса и

сельскохозяйственных производителей. Проблемы применения и направления совершенствования. Основные элементы налогообложения. Выбор оптимального налогового режима.

Цель - изучения дисциплины заключается в подготовке студентов к выработке эффективных управленческих решений в области налогообложения; формирование четких представлений о субъектах налоговых правоотношений, налоговых режимах, налогах и сборах с организаций и физических лиц в РФ и зарубежных налоговых системах.

Задачи:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для понимания структуры, основных направлений и особенностей налоговой системы РФ и зарубежных стран;

- научить студентов работать с нормативно – правовой литературой в области налогообложения, дать характеристику основных элементов налогообложения федеральных, региональных и местных налогов и сборов (характеристика применяемых налоговых ставок, налоговых вычетов и льгот; порядок исчисления и источники уплаты)

- научить студентов рассчитывать налоговую нагрузку организации и физического лица в зависимости от выбранного режима налогообложения;

Для успешного изучения дисциплины «Основы налогообложения» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы финансово - экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

<i>Код и формулировка компетенции</i>	<i>Этапы формирования компетенции</i>	
ОК - 2 – способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<i>Знает</i>	Роль и задачи налогообложения как регулятора рыночной экономики
	<i>Умеет</i>	Применять понятийный аппарат к конкретной сфере финансово-экономических отношений;
	<i>Владеет</i>	Методами работы с информационными источниками и данными для принятия управленческих решений.
ОК - 6 – способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	<i>Знает</i>	Механизм управления налогообложением в организации, в т. ч. систему взаимоотношений с налоговыми органами.
	<i>Умеет</i>	Определять налоговое поле, состав налоговой отчетности в соответствии выбранным режимом налогообложения
	<i>Владеет</i>	Практическими навыками организации налогообложения в организациях, подготовки запросов разногласий, жалоб, исковых заявлений при возникновении спорных ситуаций.
ОПК - 3 - умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	<i>Знает</i>	Состав и структуру, порядок принятия и введения в действие законодательных актов РФ, ответственность за нарушения налогового законодательства.
	<i>Умеет</i>	Самостоятельно работать с бюджетно – налоговым законодательством РФ как на бумажных носителях, так и в электронном виде (использование ресурсов сети Internet).
	<i>Владеет</i>	Методиками анализа, обработки и учета данных об объектах налогообложения, налоговой базе, льготах и других элементах налога.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы налогообложения» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, семинар-дискуссия,

выполнение ситуационного задания (проекта) в форме кейс-стади,
составление интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международные экономические отношения»

Учебный курс «Международные экономические отношения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Международные экономические отношения» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (45 часов), практические занятия (45 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студента (126 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Международные экономические отношения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Экономическая статистика», «Экономическая география и регионалистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Таможенное дело» «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие и основные формы МЭО; мировые рынки товаров, услуг, капиталов и рабочей силы, их соотношение и взаимодействие; понятие конъюнктуры мирового рынка товаров; ценообразование в международной торговле; роль государства в регулировании внешнеторговой деятельности; либерализация и протекционизм во внешней торговле; Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ), Всемирная торговая организация (ВТО); теории международной торговли; международное движение капитала как форма международных экономических отношений, прямые и портфельные инвестиции, международный кредит и его роль в развитии мировой

экономики; валютно-расчетные отношения как форма международных экономических отношений; международный рынок рабочей силы, его место в интернационализации производства, международном разделении труда и связь с демографическими процессами; международная трудовая миграция, современные тенденции её развития; региональная экономическая интеграция, и ее воздействие на социально-экономическое развитие стран; международные экономические организации в системе МЭО: общая характеристика и классификация; Россия в системе международных экономических отношений.

Цель – формирование у будущих специалистов теоретических знаний об основных формах и эволюции международных экономических отношений; практических навыков анализа сложных явлений в мирохозяйственных связях, тенденций эволюции международных экономических отношений в условиях глобализации мирового хозяйства, развития рыночного хозяйства в Российской Федерации и её вовлечения в мирохозяйственные процессы.

Задачи:

- изучить формы международных экономических отношений;
- научиться определить выгоду от международной торговли товарами, услугами и средствами производства;
- знать виды и обосновать эффективность внешнеторговой политики;
- уметь прочитать платежный баланс;
- разбираться в причинах и формах международного движения капитала и рабочей силы;
- знать формы международной интеграции, а также цели и задачи международных экономических организаций;
- сформировать у студентов представление о месте России в мировой экономике и международных экономических отношениях.

Для успешного изучения дисциплины «Международные экономические отношения» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;
- способность собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- умение использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные источники.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в	Знает	основные закономерности научного, экономического, политического развития стран и субрегионов АТР, внутривнутриполитические и общественные проблемы стран и субрегионов АТР
	Умеет	первично анализировать экономический, ресурсный, политический потенциал стран АТР и его влияние на развитие АТР, мировую экономику

различных сферах		и мировую политику
	Владеет	навыками ориентирования в концепциях, нормативных актах, международных договорах в области международного экономического, политического, военного сотрудничества АТР, в оригинале читать иностранные источники по различным вопросам политики и экономики АТР
ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	основные принципы выбора деловых партнеров при осуществлении МЭО, проведения деловых переговоров с ними, заключения международных договоров
	Умеет	выбирать деловых партнеров при осуществлении МЭО, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
	Владеет	навыками выбора деловых партнеров при осуществлении МЭО, проведения деловых переговоров с ними, заключения международных договоров

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Международные экономические отношения» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия, кейс-стади.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономическая география и регионалистика»

Учебный курс «Экономическая география и регионалистика» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Экономическая география и регионалистика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (126 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Экономическая география и регионалистика» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «История», «Основы современных образовательных технологий», «Иностранный язык» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Правоведение», «Философия», «Основы менеджмента».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: предмет и задачи экономической географии и регионалистики, классификация регионов; факторы размещения экономической деятельности в пространстве; регион в национальной экономике, макроэкономическая концепция региона; региональная политика, методы проведения и средства ее реализации; территориальная организация хозяйства Центрального Федерального округа; территориальная организация хозяйства Северо-Западного Федерального округа; территориальная организация хозяйства Южного Федеральных и Северо-Кавказского округов; территориальная организация хозяйства Приволжского и Уральского Федеральных округов; территориальная организация хозяйства Сибирского и Дальневосточного Федеральных округов.

Цель – сформировать основу географической компетенции выпускников-бакалавров, обеспечить адекватность профессионального развития экономистов окружающей географической среде.

Задачи:

- изучение основных географических, экономических, демографически и других понятий, и терминов, необходимых образованному и культурному человеку;

- знание потенциала России, факторов, влияющих на размещение производительных сил, специализацию регионов, их роль в развитии страны и формировании товарных потоков;

- овладение основными методами государственного регулирования экономики в рамках экономической безопасности и сбалансированного устойчивого развития.

Для успешного изучения дисциплины «Экономическая география и регионалистика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- знание базовых экономических понятий в рамках школьного курса «Экономика»;

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

- способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний;

- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества;

- владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации;

• навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	<ul style="list-style-type: none">• основные понятия и концепции институциональной экономики;• основные современные направления развития институциональной экономики.
	Умеет	применять инструменты анализа формальных и неформальных институтов для решения профессиональных задач в сфере экономики и управления.
	Владеет	навыками сбора и анализа информации о внешней среде, а также поведении участников в рамках институциональных взаимодействий.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическая география и регионалистика» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция проблемная, лекция-беседа, лекция-конференция, проблемное обучение, дискуссия, метод составления интеллект карт, метод ситуационного анализа, круглый стол, метод сравнительного картографического анализа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Культура торгового обслуживания»

Учебный курс «Культура торгового обслуживания» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Культура торгового образования» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (90 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Культура торгового обслуживания» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Управление человеческими ресурсами», «Экономика предприятия торговли» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы коммерческой деятельности», «Брендинг», «Управление продажами».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: понятие, функции, роль торговли, необходимость выполнения технологических операций на предприятиях розничной торговли всех форм собственности; понятие «предприятие (коммерческое)», его функции, задачи; технология, технологический процесс; этапы технологических процессов в магазине.

Целью изучения дисциплины является научить студентов формировать современные технологические процессы в торговых предприятиях; привить студентам знания и навыки работы в розничном торговом предприятии в качестве работников торгового зала и продавцов, дать теоретические основы и практические навыки выбора, оценки, эффективности различных методов продажи.

Задачи:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и

практических навыков, необходимых для обеспечения высокого уровня культуры торговли;

- изучить вопросы, связанные с розничной торговлей, ее организацией, структурой, формами продажи и т.д.;

- научить делать выбор рационального типа предприятия для эффективной организации процесса продажи товаров;

- уметь давать оценку и делать выбор различных методов продажи и обслуживания покупателей;

- применять знания Закона «О защите прав потребителей», Правил продажи различных групп товаров.

Для успешного изучения дисциплины «Культура торгового обслуживания» у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК–3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос	Знает	подходы и методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формирования с помощью маркетинговых коммуникаций
	Умеет	изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Владеет	методами прогнозирования спроса потребителей и анализа маркетинговой информации
ПК-8 - готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	требования потребителей к качеству торгового обслуживания, принципы формирования внутреннего пространства магазина
	Умеет	разрабатывать торгово-технологические схемы, размещать товары в торговом зале, применять Закон о защите прав потребителей
	Владеет	методами оценки эффективности торгового процесса, принципами выкладки товаров на оборудовании, навыками защиты интересов покупателей

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Культура торгового обслуживания» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, разноуровневые задачи и задания.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Маркетинговые исследования»

Учебный курс «Маркетинговые исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Маркетинговые исследования» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студентов (144 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые исследования» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Экономическая статистика», «Экономика предприятия торговли» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Интернет-маркетинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: содержание маркетинговых исследований в управлении предприятием; процесс маркетинговых исследований; сущность маркетинговой информационной системы; методы кабинетных и полевых исследований; методы онлайн-исследований; виды исследовательских проектов; методы сбора и анализа данных; классификация статистических методов обработки данных; структура, содержание и порядок подготовки отчета об исследовании. Практические ситуации разработаны с учетом специфики деятельности региональных компаний и компаний Азиатско-тихоокеанского региона. Данный курс является необходимым «фундаментом» для понимания таких процессов как маркетинговые коммуникации, кросс – культурный маркетинг, маркетинг B2C и прочих, что выгодно отличает данную

дисциплину от других дисциплин программы в блоке обязательных дисциплин вариативной части. На основе учебно-методического комплекса дисциплины «Маркетинговые исследования» разработан электронный учебный курс в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ.

Цель - теоретическая подготовка студентов в области практического применения принципов, методов маркетинговых исследований в процессе эффективного управления предприятием и формирования у слушателей навыков проведения маркетинговых исследований для определения и решения маркетинговых проблем.

Задачи:

– формирование системного представления о процессе маркетинговых исследований и особенностях функционирования маркетинговой информационной системы;

– научить студентов формированию подхода к маркетинговым исследованиям;

– приобретение навыков проведения поискового, описательного, каузального исследования;

– приобретение навыков проведения предварительного и углубленного анализа данных;

– приобретение навыков формирования отчета об исследовании.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 - 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	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - значение маркетинговых исследований в управлении предприятием; - этапы процесса маркетингового исследования; - методы проведения количественных и качественных исследований, в т.ч. методы исследования поведения потребителей; - методы исследования и прогнозирования спроса потребителей.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разработать подход к маркетинговым исследованиям и программу маркетингового исследования; - формировать выборку и разработать инструментарий для сбора данных; - проводить качественные и количественные исследования для получения первичных и вторичных данных; - определять потенциал рынка; - применять методы прогнозирования спроса потребителей; - подготовить отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью разработать программу маркетинговых исследований; - методами проведения маркетинговых исследований; - методами изучения потребностей потребителей и определения способов воздействия на него; - методами статистического анализа данных для принятия управленческих решений.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговые исследования» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, ситуационные задачи, семинар-дискуссия, составление интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Поведение потребителей»

Учебный курс «Поведение потребителей» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Поведение потребителей» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (90 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Поведение потребителей» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Экономическая статистика», «Экономика предприятия торговли» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Интернет-маркетинг».

Содержание дисциплины состоит из шести тем и охватывает следующий круг вопросов:

1. Этапы становления и развития научной дисциплины «Поведение потребителей». Понятие поведения потребителей. Нужда, потребность, запрос. Возможность влияния на потребителя.

2. Демографические факторы. Экономические факторы: стабильность экономической ситуации, уровень инфляции и безработицы, качество жизни, уровень доходов населения и их влияние на поведение потребителей. Научно-технические факторы: развитие новых технологий, их влияние на возможности удовлетворения потребностей, условия труда и быта. Культура

в потребительском поведении: факторы, формирующие модель культуры; особенности культуры; структурные элементы культуры.

3. Восприятие: понятие, процесс восприятия (экспозиция, внимание, интерпретация). Понятие и пороги ощущений (абсолютный, дифференциальный, предельный). Факторы, определяющие внимание: стимульные, индивидуальные, ситуационные. Факторы, влияющие на интерпретацию: характеристики индивидуума, характеристики стимула, ситуационные характеристики. Обучение и память. Подходы и методы обучения: классическая условная рефлексия, метод проб и ошибок, традиционное заучивание, замещение/моделирование, рассуждение. Память: понятие, основные элементы памяти, виды (сенсорная, краткосрочная, долгосрочная).

4. Ситуационное влияние. Матрица анализа ситуационного влияния. Ситуационные факторы (физическое окружение, социальное окружение, время, цель потребителя, предшествующее состояние). Типы ситуаций (коммуникационная, ситуация покупки, ситуация использования покупки). Процесс принятия потребительских решений. Типы процессов решений (привычные, ограниченные, расширенные).

5. Организационное покупательское поведение: особенности, модель, типы организаций-покупателей. Сравнение маркетинговых решений на организационном (деловом) и потребительском рынках. Модель организационного покупательского поведения. Характеристика факторов организационного стиля. Модель поведения покупателя товаров производственного назначения.

6. Понятие и составляющие консьюмеризма. Права потребителей. Эволюция консьюмеризма в США и России. Ответственность изготовителя перед потребителями в России. Способы защиты потребителей в США.

Цель дисциплины – формирование у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей поведения потребителей.

Задачи:

- изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей;
- изучение и анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей;
- изучение методологии исследования поведения потребителей для решения конкретных маркетинговых задач.

Для успешного изучения дисциплины «Поведение потребителей» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 - 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	Знает	содержание поведения потребителей экономических благ, внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках
	Умеет	анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках

	Владеет	основами выявления, формирования и удовлетворения потребностей потребителей; методами исследования покупательского поведения и выявления факторов, влияющих на принятие решения о покупке
--	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Поведение потребителей» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, коллоквиум, тест, проект, реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информационное обеспечение потребительских товаров»

Учебный курс «Информационное обеспечение потребительских товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Информационное обеспечение потребительских товаров» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (144 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Информационное обеспечение потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы современных образовательных технологий», «Товароведение», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов, сгруппированных в шести темах: товарная информация: понятие, виды, формы, средства и источники; требования, предъявляемые к товарной информации; правовая база в области товарной информации; маркировка: требования, функции, структура, носители производственной и торговой маркировки; информационные знаки; штриховое кодирование; особенности маркировки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров.

Цель – приобретение теоретических знаний в области средств товарной

информации, получение практических навыков работы с различными видами и формами товарной информации, формирование культуры работы в информационных системах с целью организации поиска нормативных документов, регламентирующих способы нанесения и интерпретации сведений о товаре для повышения эффективности работы торговых предприятий.

Задачи:

- дать представление о роли и месте информации о потребительских товарах в торговой деятельности;
- дать понятие о средствах, видах, формах товарной информации и сферах ее использования в организации торгово-технологических процессов на предприятии;
- сформировать умения поиска и использования нормативно-правовой и технической документации в области товарной информации в профессиональной деятельности;
- способствовать развитию навыков выявления и анализа полноты, достоверности и достаточности информации о потребительских характеристиках товаров на основании сведений, представленных на маркировке и в товарно-сопроводительных документах.

Для успешного изучения дисциплины «Информационное обеспечение потребительских товаров» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самоорганизации и самообразованию;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной

деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

- готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

- способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	информационную базу товарной информации
	Умеет	применять знания в области товарной информации для управления ассортиментом и качеством товаров, оценки их качества, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения
	Владеет	навыками получения сведений о товарах для управления их ассортиментом и качеством, оценки качества, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Информационное обеспечение потребительских товаров» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия (семинар-пресс-конференция, «мозговой штурм»), кейс-задача (кейс-стади), реферат, кроссворд.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы коммерческой деятельности»

Учебный курс «Основы коммерческой деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности» включена в вариативную часть блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины «Основы коммерческой деятельности» составляет 6 зачетных единиц (216 час.). Учебным планом по данной дисциплине предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (126 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Основы коммерческой деятельности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Логистика», «Культура торгового обслуживания» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление продажами», «Логистика закупок», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: сущность и значение коммерческой деятельности, функции, элементы и процессы коммерческой деятельности. Особенности построения и содержания курса определены использованием системного подхода к организации коммерческой деятельности предприятия и механизмам ее регулирования в условиях рынка (правового регулирования, спекуляции и конкуренции).

Цель дисциплины – формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для углубленного понимания особенностей организации основных процессов коммерческой деятельности.

Задачи:

- сформировать умение управлять торгово-технологическими процессами на предприятии;
- сформировать умение участвовать в реализации проектов в области коммерческой деятельности, принимая эффективные управленческие решения;
- сформировать умение выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры.

Для успешного изучения дисциплины «Основы коммерческой деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК - 2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	особенности торгово – технологических процессов в коммерческой деятельности на предприятии любого типа
	Умеет	определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов с точки зрения организации эффективной коммерческой деятельности
	Владеет	методами определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, учета потерь при управлении основными коммерческими процессами
ПК - 6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их	Знает	основные принципы организации коммерческой деятельности предприятия с целью выбора деловых партнеров для заключения сделок, порядок заключения и исполнения основных договоров

выполнение	Умеет	проводить деловые переговоры с партнерами при заключении коммерческих сделок, заключать договоры и осуществлять контроль за их выполнением
	Владеет	методами контроля и оценки эффективности заключаемых коммерческих сделок и выполнения договорных обязательств
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	подходы к организации коммерческой деятельности предприятия по закупке и продаже товаров
	Умеет	разрабатывать программу закупки товаров, планировать материально-техническое обеспечение предприятия, организовать продажу товаров с учетом рыночной ситуации
	Владеет	современными методами организации процесса закупки товаров и планирования продажи товаров и услуг
ПК - 9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	современные нормативные требования к организации и разработке стратегии предприятия
	Умеет	оценивать и разрабатывать стратегии организации в различных рыночных условиях
	Владеет	современными методами для организации стратегического планирования
ПК - 13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	способы реализации проектов в области коммерческой деятельности
	Умеет	разрабатывать самостоятельные проектные решения в сфере коммерческой деятельности
	Владеет	методами принятия коммерческих управленческих решений в профессиональной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы коммерческой деятельности» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задания, кейс-задача), метод проектов (разработка индивидуального проекта, майнд-карта), деловая игра, метод дискуссии (групповые дискуссии).

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика производства и распределения»

Учебный курс «Логистика производства и распределения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика производства и распределения» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (72 часа, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика производства и распределения» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы маркетинга», «Логистика», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Основы управления цепями поставок», «Управление продажами», «Управление проектами в логистике», «Брендинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: основные положения логистики производства, типы производств и их особенности, отличие традиционной концепции организации производства от логистической, требования к организации управления материальными потоками на производстве, концепции-технологии, применяемые на производстве, особенности типов оптовых посредников в системе распределения товаров, пути сокращения времени полного цикла заказа,

критерии оценки эффективности логистических цепей распределения, алгоритм проектирования (реорганизации) сети распределения и др.

Цель:

Цель изучения дисциплины «Логистика производства и распределения» – сформировать у студентов систему теоретических знаний и навыков управления материальными и информационными потоками в сфере производства и распределения.

Задачи:

- сформировать способность осуществлять управление производственной и распределительной деятельностью предприятия и сокращать затраты на ее осуществление;
- научить повышать организованность и эффективность процессов производства;
- научить выявлять проблемы деятельности производственного предприятия, «узкие места» и сбои в логистической цепи и принимать правильные логистические решения;
- сформировать способность выявлять, анализировать, сокращать и предупреждать возникновение непроизводительных логистических затрат;
- сформировать способность осуществлять управление распределительной деятельностью предприятия и сокращать затраты на ее осуществление;
- научить выявлять проблемы деятельности предприятия, «узкие места» и сбои в логистической цепи и принимать правильные логистические решения;
- выстраивать логистические цепи и управлять ими в процессе товародвижения.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика производства и распределения» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

- готовность 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях,	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - задачи и функции логистики на производственных предприятиях; - отличие традиционной концепции организации производства от логистической; - основные положения логистики производства; - виды концепций-технологий, применяемых в логистических производственных подсистемах;

<p>способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>		<ul style="list-style-type: none"> - законы оптимизации производственных процессов; - типы и структуру сети распределения; - особенности типов оптовых посредников; - процедуру управления заказами; - пути сокращения времени полного цикла заказа; - критерии оценки эффективности логистических цепей распределения; - алгоритм проектирования (реорганизации) сети распределения; - виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых в системах распределения.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - составлять план материально-технического снабжения производства; - использовать основные положения логистики производства; - выявлять, сокращать и предупреждать различного рода потери на производстве; - организовать эффективное управление материальными потоками на производстве; - проектировать сети распределения на основе имеющихся ресурсов; - проводить анализ систем распределения; - организовать взаимодействие отделов компании при обработке заказов; - формировать систему логистического сервиса; сокращать издержки в сети распределения
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать принципы оптимизации логистических процессов на производстве - способностью оперативно планировать и управлять материальными потоками на производстве; - способностью внедрять логистические концепции-технологии в деятельность предприятий; - способностью управлять логистическими процессами в логистических системах распределения - способностью применять информационно-коммуникационные технологии для решения задач профессиональной деятельности в логистических системах распределения; - способами сокращения и предупреждения логистических издержек в системе распределения товаров

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика производства и распределения» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: кейс-задачи, семинары-дискуссии, тесты, логистические задания, деловые игры.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Таможенное дело»

Учебный курс «Таможенное дело» предназначена для студентов направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Таможенное дело» включена в вариативную часть блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Таможенное дело» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения таких дисциплин, как «Товароведение», «Основы налогообложения», «Логистика», «Международные экономические отношения» и позволяет подготовить студентов к изучению таких дисциплин как «Логистика закупок», «Логистика производства и распределения» и «Основы управления цепями поставок».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: участие в регулировании торговли различных международных организаций и интеграционных объединений; обзор правовой базы, устанавливающей общие требования к порядку перемещения грузов, пассажиров, багажа и транспортных средств через государственные границы; система таможенных органов в РФ; порядок перемещения через таможенную границу товаров, предназначенных для личного пользования; требования к перемещению товаров, предназначенных для коммерческих целей; система запретов и ограничений во внешней торговле; принципы классификации товаров для целей таможенного оформления в соответствии с ЕТН ВЭД ЕАЭС; порядок расчёта и подтверждения таможенной стоимости и сумм уплачиваемых

платежей при перемещении товаров через границу; общие положения о порядке декларирования товаров: формы декларирования, классификация видов таможенных деклараций, сроки их подачи; порядок и сроки предоставления документов, подтверждающих заявленные сведения.

Цель – получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области осуществления таможенных операций.

Задачи:

- систематизация и закрепление теоретических и практических знаний;
- приобретение навыков аналитического мышления, самостоятельной работы;
- расширение и углубление профессиональных знаний выпускника.

Для успешного изучения дисциплины «Таможенное дело» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- способность свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний;
- владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются и развиваются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции
--------------------------------	--------------------------------

ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	технические регламенты и другие российские и международные нормативно-правовые акты, регламентирующие качество и безопасность товаров, порядок идентификации, в том числе, товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности
	Умеет	применять теоретические знания в практической деятельности с учётом возникающих условий и ограничений
	Владеет	знаниями по подготовке пакета документов, подтверждающих оригинальность и безопасность перемещаемых через границу товаров
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	алгоритм перемещения товаров через границы и совершения необходимых операций; предельно допустимые сроки для совершения операций предшествующих подаче декларации при ввозе/вывозе товаров; предельно допустимые сроки нахождения товаров и транспортных средств международной перевозки на территории РФ и ЕАЭС
	Умеет	подготавливать необходимую информацию, расчёты и документы для проведения соответствующих операций, установленных законодательством
	Владеет	практическими навыками планирования и создания алгоритма поставки товаров, учитывая установленные законодательством сроки и требования

Для формирования вышеуказанных компетенции в рамках дисциплины «Таможенное дело» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейс-стади, метод ситуационного анализа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика закупок»

Учебный курс «Логистика закупок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика закупок» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (72 часа, в том числе МАО 36 часов) и самостоятельная работа (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика закупок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы маркетинга», «Логистика», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Основы управления цепями поставок», «Управление продажами», «Интернет-маркетинг», «Управление проектами в логистике», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие логистики закупок, ее цели и задачи, стратегические аспекты логистики закупок, мероприятия по оптимизации закупочной деятельности, порядок организации работы с поставщиками, выбор наиболее выгодного поставщика товаров, заключение наиболее экономичного договора, порядок и особенности осуществления государственных закупок, способы минимизации затрат при закупке товаров, способы обеспечения прозрачности закупок и т.д.

Цель изучения дисциплины «Логистика закупок» состоит в том, чтобы вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными потоками в сфере управления закупочной деятельностью.

Задачи:

- знание сущности, цели и задач логистической оптимизации закупочной деятельности торгового предприятия;
- умение применять на практике логистические подходы и методы к оптимизации закупочной деятельности предприятия;
- овладение методами организации закупочной деятельности на логистической основе;
- овладение навыками выявления возможностей оптимизации логистических затрат, связанных с закупочной деятельностью предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика закупок» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, приобретенные в процессе изучения дисциплин предшествующих циклов обучения:

- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- готовность 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы формирования логистической цепи в процессе закупки товаров в торговых организациях; - основы управления закупками товаров в торговых организациях; - количественные и качественные критерии выбора поставщиков товаров; - научные методы выбора наиболее рациональных поставщиков; - методы определения оптимальной потребности в товарах и оптимального размера заказа; - источники сокращения общих затрат в цепи поставок; - показатели оценки эффективности функционирования поставщика.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - формировать логистические цепи в процессе закупочной деятельности торговой организации; - осуществлять управление закупочной деятельностью торговой организации; - изыскивать оптимальные логистические схемы сотрудничества с поставщиками товаров; - определять оптимальную потребность в товарах и оптимальный размер заказа; - заключать выгодные, экономичные договоры купли-продажи и поставки товаров; - находить источники сокращения общих затрат в цепи поставок; - осуществлять эффективный контроль и анализ хода выполнения договорных обязательств поставщиками.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами формирования логистической цепи в процессе закупки товаров в торговых организациях;

		<ul style="list-style-type: none">- методами организации закупочной деятельности на логистической основе;- методами выбора наиболее рационального поставщика товаров;- методами определения оптимально потребности в товарах и оптимального размера заказа;- методами сокращения логистических затрат;- способами манипуляций при заключении договоров и проведении переговоров;- методами противостояния манипуляциям при проведении переговоров;- методами обеспечения прозрачности закупок.
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика закупок» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы, деловые игры, тесты, логистические задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика транспорта»

Учебный курс «Логистика транспорта» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика транспорта» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (90 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену), а также курсовая работа. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Логистика транспорта» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы маркетинга», «Логистика», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Основы управления цепями поставок», «Управление продажами», «Интернет-маркетинг», «Управление проектами в логистике», «Брендинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие логистики транспорта, ее цели и задачи, мероприятия по оптимизации транспортной деятельности предприятий, особенности организации работы на автомобильном, железнодорожном, морском и воздушном видах транспорта, технологические схемы перевозки грузов, нормативные документы, регламентирующие правила перевозок и транспортная документация, виды и порядок организации транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей, базисные условия поставки

товаров, виды логистических издержек на транспорте, способы их минимизации при транспортировке грузов и т.д.

Цель изучения дисциплины «Логистика транспорта» состоит в том, чтобы вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными и сопутствующими материальными потоками в сфере управления транспортировкой грузов предприятий.

Задачи:

1. Изучение теории управления транспортировкой грузов, современных способов и технологий доставки их в адрес потребителей;

2. Овладение логистическими подходами и методами для повышения эффективности работы транспорта и рационального использования транспортных средств.

3. Выработка навыков выявления возможностей сокращения и предупреждения непроизводительных логистических затрат, связанных с транспортировкой грузов.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика транспорта» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы выбора и формирования логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций; - основы управления логистическими процессами на транспорте; -отличительные особенности логистического подхода к решению проблем управления материальными потоками на транспорте; - виды и технологические схемы перевозки грузов; - базисные условия поставки товаров; - основы и особенности организации перевозки грузов автомобильным, морским, воздушным и железнодорожным транспортом; - нормативные и перевозочные документы на различных видах транспорта; - виды логистических издержек на транспорте и способы их сокращения.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - производить выбор и формирование логистических цепей и схем на транспорте для обеспечения нужд торговых организаций; - разрабатывать оптимальные транспортно-логистические схемы и маршруты; - управлять логистическими процессами на транспорте. -производить выбор наиболее рационального вида транспорта и транспортных средств; -выявлять непроизводительные логистические

		затраты, обосновывать причины их возникновения, принимать меры к их предупреждению и сокращению.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способами управления логистическими процессами на транспорте; - методами построения оптимальных логистических транспортных схем и систем в торговых организациях; - методами планирования транспортных процессов в торговле; - методами разработки и использования рациональных маршрутов движения транспорта; - умениями применять на практике современные технологии транспортировки грузов; - умениями рационально использовать транспортные средства, составлять и заключать с перевозчиками договоры перевозки и транспортной экспедиции.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика транспорта» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы, деловые игры, тесты и разноуровневые логистические задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика складирования»

Учебный курс «Логистика складирования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика складирования» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (72 часа, в том числе МАО 36 часов) и самостоятельная работа (180 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену), а также курсовая работа. Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика складирования» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы маркетинга», «Логистика», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Логистика закупок», «Логистика транспорта», «Логистика производства и распределения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы управления цепями поставок», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: формирование оптимальной складской сети в логистических системах различных уровней, управление логистическим процессом на складах, оптимизация и стандартизация складских процессов, внедрение принципов оптимального складирования и хранения товаров на складе, проектирование складских зон грузопереработки, выявление способов снижения логистических затрат, связанных со складской деятельностью и др.

Цель изучения дисциплины «Логистика складирования» состоит в том, чтобы вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными и сопутствующими информационными и финансовыми

потоками в сфере складской деятельности и оптимизации складских бизнес-процессов.

Задачи:

1. Освоение студентами логистических принципов управления материальными потоками, проходящими через складскую сеть, складское хозяйство и склад.

2. Изучение проблем и задач эффективного функционирования складов.

3. Изучение принципов оптимального размещения и хранения товаров на складе.

4. Овладение логистическими подходами и методами рационализации складских процессов и оптимизации складских затрат.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика складирования» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции, приобретенные в процессе изучения дисциплин предшествующих циклов обучения:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность 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;
- способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать

необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

- способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 15 Готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы формирования логистических складских цепей и систем торговли; структуру логистического процесса на складе предприятия; - принципы логистической организации складских процессов и стандартизации логистических процессов; - принципы оптимального размещения и хранения товаров на складе; - основные стратегии размещения складов; - алгоритм формирования оптимальной складской сети; - факторы, влияющие на разработку системы складирования; - знает методы управления логистическими процессами на складах и построения оптимальных складских логистических систем.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - изыскивать оптимальные логистические складские системы; - проводить анализ структуры системы складирования, выбор оптимальных логистических цепей и схем в торговых организациях. - осуществлять управление торгово-технологическими процессами на складе предприятия; - правильно осуществлять надлежащие приемку, хранение и отгрузку товаров со склада потребителям; - минимизировать затраты материальных и

		<p>трудовых ресурсов на складах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать и списывать потери; проводить инвентаризацию товаров и регулировать процессы хранения товаров.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью участвовать в выборе и формировании логистических складских цепей и систем торговли; - способностью управлять логистическими процессами на складе и изыскивать оптимальные логистические схемы и системы в рамках складской деятельности предприятия; - методами управления торгово-технологическими процессами на складах; - методами оптимального размещения, хранения товаров и стандартизации логистических процессов; <p>методами минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов; владеет методами списания потерь в рамках складской деятельности.</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика складирования» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы, разноуровневые логистические задачи, деловые игры, тесты и практические задания.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы управления цепями поставок»

Учебный курс «Основы управления цепями поставок» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы управления цепями поставок» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (35 часов), практические занятия (49 часов, в том числе МАО 36 часов) и самостоятельная работа (96 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену), а также курсовая работа. Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Основы управления цепями поставок» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Основы маркетинга», «Логистика», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Основы коммерческой деятельности», «Логистика закупок», «Логистика транспорта», «Логистика складирования», «Логистика запасов» и позволяет подготовить студентов к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие и структура цепи поставок; сущность и роль управления цепями поставок; факторы, стимулирующие совершенствование управления цепями поставок; понятие и основные типы логистических стратегий в цепях поставок; области решений и подходы к разработке и реализации стратегий в цепях поставок; задачи и общая схема процедуры контроллинга ключевых бизнес-процессов в цепи поставок; методология сбалансированной системы показателей (ССП).

Цель изучения дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов необходимые знания и навыки в области планирования, организации и контроля деятельности интегрированных цепей поставок на основе логистической концепции.

Задачи:

1. Формирование у студентов понимания сущности интеграции процессов в цепях поставок.

2. Овладение способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические цепи поставок.

3. Формирование умения выбирать логистическую стратегию, а так же формы и средства ее реализации в условиях глобализации экономических процессов.

4. Приобретение практических навыков и приемов разработки показателей (KPI) эффективности функционирования цепи поставок.

Для успешного изучения дисциплины «Основы управления цепями поставок» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы формирования и построения логистических цепей и схем в торговых организациях; - современную концепцию управления цепями поставок; - сущность интеграции процессов в цепях поставок; - сущность, принципы построения и структуру SCOR-модели; - области решений в практической реализации логистических стратегий; - задачи и процедуры контроллинга ключевых бизнес-процессов; - информационные технологии в управлении цепями поставок.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - изыскивать оптимальные логистические схемы и системы цепей поставок торговых организаций; - оценивать логистическую инфраструктуру; - выбирать эффективную логистическую стратегию; - применять референтную SCOR-модель для планирования и диагностики цепи поставок; - использовать информационные технологии в управлении цепями поставок; - разрабатывать основные показатели (KPI) эффективности функционирования цепи поставок.

	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью участвовать в выборе и формировании оптимальных логистических цепей и схем в торговых организациях; - способностью управлять логистическими процессами в цепях поставок; - основными методами эффективной организации и контроля логистических процессов в цепях поставок; - способностью осуществлять реализацию логистической стратегии; - способами расчета основных показателей эффективности функционирования цепи поставок (KPI)
--	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы управления цепями поставок» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейс-задачи, семинар-дискуссия, семинар-пресс-конференция, тесты, групповое задание на построение денотатного графа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление ценообразованием»

Учебный курс «Управление ценообразованием» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Управление ценообразованием» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часов, в том числе 27 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Управление ценообразованием» основывается на знаниях дисциплины «Основы корпоративных финансов», «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Брендинг», «Бизнес-аналитика».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: цена как экономическая категория, ценообразующие факторы, состав и структура цены и принципы ценообразования, методы ценообразования, ценовая политика, стратегии ценообразования, тактические аспекты ценообразования.

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей принятия решений по ценообразованию в компаниях розничной торговли, организации продаж при принятии эффективных ценовых решений.

Задачи:

1 Освоение содержания понятий цена и ценообразование в современных условиях;

- 2 Изучение ценообразующих факторов;
- 3 Приобретение навыков оценки структуры и динамики цен;
- 4 Приобретение навыков обоснования цен с использованием различных методов ценообразования.

Для успешного изучения дисциплины «Управление ценообразованием» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 - способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	категориальный (понятийный) аппарат, основные понятия, термины, формулы, относящиеся к области ценообразования; отечественный и зарубежный опыт в области государственного регулирования цен
	Умеет	прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности вопросы ценообразования; рассчитывать цены на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;
	Владеет	терминологией дисциплины; навыками логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
ПК-2 - способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	методы формирования цен и проведения ценовой политики; виды цен; порядок ценообразования с учетом требований экономических законов рыночной экономики
	Умеет	анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы ценообразования на микро- и макроуровне; выявлять проблемы формирования цен, предлагать способы их решения с учетом особенностей рыночной структуры; анализировать и интерпретировать данные статистики по вопросам, связанным с процессом формирования цен, выявлять

		тенденции изменения показателей;
	Владеет	методами расчета цен, умениями обосновывать ценовую стратегию компании

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление ценообразованием» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, коллоквиум, кейс-задача, реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы предпринимательства и управление бизнесом»

Учебный курс «Основы предпринимательства и управление бизнесом» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Основы предпринимательства и управление бизнесом» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Основы предпринимательства и управление бизнесом» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Международные экономические отношения», «Логистика», «Основы маркетинга» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика производства и распределения», «Логистика закупок», «Логистика транспорта».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Определение предпринимательства и предпринимательского процесса: определение предпринимательства; что такое предпринимательское мышление; предпринимательский процесс: различные подходы; интегративная модель предпринимательства; движущие силы в окружающей среде, которые облегчают и препятствуют развитию предпринимательства в обществе; рекламные и логистические процессы в проектах профессиональной деятельности; различные типы предпринимателей; социологические и психологические характеристики предпринимателей; креативность как основной драйвер предпринимательства; основные причины

для того, чтобы стать предпринимателем; различия между предпринимателями и корпоративными менеджерами; определение возможности; окна возможности; источники и типы возможности; способы определения возможностей; оценка возможности; процесс распознавания возможности; техники для генерация идей.

2. Сущность бизнес-модели и разработка бизнес-концепции: природа успешной бизнес-концепции, источники концепций; что делает бизнес-концепцию удачной. определение бизнес-модели; от бизнес-концепции к бизнес-модели. что такое инновационная бизнес-модель; важность анализа осуществимости проекта; анализ продукта/услуги; анализ осуществимости проекта с точки зрения отрасли; организационный анализ осуществимости проекта; финансовый анализ осуществимости проекта.

3. Создание потребителя и рост фирмы: создание потребителя создание продукта; открытие потребителя и сегментация потребителя; ценностное предложение для потребителя и уникальное торговое предложение; пирамида организационного развития и стадии организационного роста; болезни роста компании. сравнительный анализ предпринимательства и профессионального менеджмента.

Цель - сформировать у студентов предпринимательское мышление и научить студентов создавать и развивать предпринимательский проект.

Задачи:

- введение в профессиональную деятельность и подготовка дисциплинарной основы для расширенного изучения дисциплины;
- расширение кругозора обучающихся в области предпринимательства с помощью методов, приемов и способов менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины «Основы предпринимательства и управление бизнесом» должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- способность к самоорганизации и самообразованию»;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ПК- 6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	нормативно-правовую базу в профессиональной деятельности и области предпринимательства
	Умеет	выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
	Владеет	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии	Знает	сущность организационно управленческих решений и стратегий, их виды и этапы процесса принятия управленческих решений

организации		при разработке стратегий
	Умеет	анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
	Владеет	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	сущность проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)
	Умеет	разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
	Владеет	способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	сущность, понятие, структуры проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
	Умеет	организовать реализацию проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
	Владеет	готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	сущность бизнес-процессов и структуры бизнес-процессов
	Умеет	прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
	Владеет	способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы предпринимательства и управление бизнесом» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: интерактивная лекция, деловая игра, мозговой штурм, анализ конкретных учебных ситуаций (метод кейсов), построение проектов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Элективные курсы по физической культуре»

Учебный курс «Элективные курсы по физической культуре» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (328 часов). Дисциплина реализуется на 1, 2, 3 курсе в 2,3,4,5,6 семестрах. Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» дает право студенту выбрать один из четырех модулей: плавание, аэробика, спортивные единоборства, спортивные игры (баскетбол).

Учебная дисциплина «Элективные курсы по физической культуре» последовательно связана со следующими дисциплинами «Физическая культура», «Безопасность жизнедеятельности».

Основным содержанием дисциплины «Элективные курсы по физической культуре», являются аспекты практического применения разнообразных средств двигательной активности (плавание, аэробика, спортивные единоборства, спортивные игры (баскетбол)) для формирования физической культуры личности.

Цель - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

1. Формирование знаний, умений и навыков на основе использования разнообразных средств двигательной активности (плавание, аэробика, спортивные единоборства, спортивные игры (баскетбол)), создание условий для реализации студентами своих творческих и индивидуальных способностей.

2. Развитие физических качеств разнообразными средствами двигательной активности (плавание, аэробика, спортивные единоборства, спортивные игры (баскетбол)), актуализация индивидуального вектора телесного развития.

3. Воспитание социально-значимых качеств и формирование потребностей в разнообразной двигательной активности, организации здорового стиля жизни, для личностной и общественной самореализации.

Для успешного изучения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- умение использовать основные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
- владение общими методами укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующая общекультурная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-7 способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает	Особенности применения разнообразных видов физической активности для личностного и профессионального развития, формирования здорового образа и стиля жизни.
	Умеет	Творчески использовать разнообразные средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, повышения работоспособности, физического совершенствования.
	Владеет	Разнообразными формами и видами физкультурной деятельности для личностного и профессионального самосовершенствования ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Логистика запасов»

Учебный курс «Логистика запасов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Логистика запасов» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (72 часов, в том числе МАО 54 часа) и самостоятельная работа (144 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Логистика запасов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: «Логистика», «Логистика закупок», «Проектная деятельность», «Логистика складирования», «Основы маркетинга», «Товароведение», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы управления цепями поставок», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: виды и функции запасов, теории формирования запасов в логистических системах различных уровней, системы управления запасами и опыт применения различных стратегий управления запасами, методы анализа состояния запасов, выявление возможностей снижения логистических затрат, связанных с формированием и содержанием запасов, достижения стратегической цели снижения уровня запаса при сохранении надежности функционирования логистической системы и цепей поставок и др.

Цель изучения дисциплины – сформировать у студентов представление о механизме формирования запасов, вооружить умением управлять запасами и сокращать затраты на их содержание.

Задачи:

- изучение теоретических основ управления запасами и опыта применения различных стратегий управления запасами;
- формирование навыков анализа состояния запасов на предприятии, выявления и предотвращения неликвидных и медленно-реализуемых запасов;
- приобретение навыков расчета уровня текущих и страховых запасов;
- овладение навыками применения систем и методов управления и анализа состояния запасов товаров;
- приобретение навыков сокращения общих логистических затрат за счет снижения уровня запасов при сохранении надежности функционирования логистической системы.

Для успешного изучения дисциплины «Логистика запасов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

- 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;

- способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

- способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 - готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные задачи логистики применительно к управлению запасами товаров на предприятии; - системы и методы управления запасами; - методы прогнозирования запасов товаров; - методы закупки для пополнения запасов товаров; - концепции-технологии управления запасами товаров; - этапы проектирования системы управления запасами; - алгоритм управления запасами товаров; - направления оптимизации логистических затрат, связанных с формированием и содержанием запасов. - способы минимизации и логистической оптимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, связанных с запасами товаров
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - изыскивать оптимальные логистические системы управления запасами товаров, - управлять товарными запасами на предприятии, - регулировать процессы хранения запасов; - определять потребность в текущих и страховых запасах товаров; - применять методы прогнозирования запасов; - производить расчет оптимальной потребности в запасах товаров;

		<ul style="list-style-type: none"> - выявлять непроизводительные логистические затраты, связанные с формированием и содержанием запасов; - обосновывать причины возникновения неликвидных запасов, принимать меры к их предупреждению и сокращению
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - способностью управлять логистическими процессами, связанными с запасами товаров; - методами управления и анализа состояния запасов; - способами выявления, анализа и сокращения медленно-реализуемых и неликвидных запасов; - методами минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов в области управления запасами; - методами определения потребности в текущих и страховых запасах товаров; - методами прогнозирования запасов товаров; - методами расчета оптимальной потребности в запасах товаров. - способностью применять информационные системы и технологии по управлению запасами товаров

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Логистика запасов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейсы, деловые игры, тесты, разноуровневые ситуационные логистические задачи и задания.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление продажами»

Учебный курс «Управление продажами» предназначен для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Управление продажами» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единицы, 252 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (72 часов, в том числе МАО 54 часов), самостоятельная работа студентов (144 часов, в том числе 36 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Управление продажами» основывается на знаниях дисциплины «Поведение потребителей», «Основы предпринимательства и управление бизнесом», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Брендинг».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: теоретические основы процесса продаж, виды продаж и их характеристика, личные продажи, их организация и проведение, управление продажами торговой организации.

Цель изучения дисциплины является теоретическая подготовка студентов в области практического применения современных эффективных продаж для предприятий розничной и оптовой торговли, а также обеспечение получения студентами навыков работы с клиентами и принятию правильных управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы управления продажами;
- изучить содержание, структуры процесса управления продажами.

– сформировать навыки ведения переговоров и предложения товаров оптовым покупателям.

Для успешного изучения дисциплины «Управление продажами» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;
- способность к экономическому образу мышления;
- способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений;
- знание экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15- готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы <i>(формируется частично)</i>	Знает	методику планирования процесса продажи; виды и методы организации личных продаж; базовые понятия теории продаж; приемы и средства продаж, стимулирования продаж, личных продаж и прямого маркетинга
	Умеет	разрабатывать программу продаж, делать презентацию предложения, работать с возражениями; выбирать эффективные методы продажи в интересах потребителя, фирмы и общества в целом
	Владеет	методами предложения товаров, формирования «воронки продаж» и закрытия сделки; инструментами формирования спроса и стимулирования сбыта потребителей; навыками презентации проектов в сфере продаж

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление продажами» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: разноуровневые задачи, проект, реферат, дискуссия.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона»

Учебный курс «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинговые исследования», «Международные экономические отношения», «Основы коммерческой деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Электронная коммерция», «Управление бизнес-проектами».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Маркетинговая среда на рынках стран АТР: анализ экономической, политико-правовой, социо-культурной маркетинговой среды, особенности организации и проведения исследований на международных рынках, международная конкуренция в АТР, принципы делового сотрудничества со странами АТР, определение возможностей и мотивов выхода компании на зарубежные рынки стран АТР.

2. Анализ рынков стран АТР: рынок стран АТР и особенности его изучения, особенности организации и проведения исследований на международных рынках, характеристика рынков товаров и услуг стран АТР,

анализ и оценка привлекательности международных рынков на примере стран АТР, экспортные и импортные профили стран АТР, порядок выбора стратегии при выходе компании на внешний рынок стран АТР.

Цель – развитие у студентов комплекса теоретических знаний и приобретение ими навыков использования инструментов, необходимых для анализа международных рынков на примере стран АТР в условиях обостряющейся конкуренции с целью принятия эффективных управленческих решений в глобальной среде.

Задачи:

- уметь анализировать и оценивать привлекательность международных рынков с учетом использования современных инструментов маркетинга, учитывая особенности деятельности компании в глобальной среде;
- овладеть навыками использования методов качественного и количественного анализа данных для исследования международных рынков с целью принятия эффективных управленческих решений в глобальной среде;
- уметь осуществлять сбор, анализ и оценку статистических данных о состоянии международных рынков на примере стран АТР на основе публикаций национальных и международных источников;
- овладеть приемами, инструментами, методиками стратегического анализа рынка в практике международного бизнеса для принятия решения о целесообразности выхода и способах проникновения компании на зарубежные рынки стран АТР;
- развить способности в дальнейшем расширять и совершенствовать навыки и знания по анализу международных рынков в условиях обостряющейся конкуренции на зарубежных товарных рынках.

Для успешного изучения дисциплины «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- готовность 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;
- способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая профессиональная компетенция (элемент компетенции):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность 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	Знает	понятие конъюнктуры товарного рынка и факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка стран АТР теоретические и методологические основы современного состояния товарных рынков и инструменты его анализа теорию формирования потребностей в товарах рационального и иррационального спроса посредством маркетинговых коммуникаций
	Умеет	анализировать и прогнозировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка стран АТР проводить маркетинговые исследования рынка формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций
	Владеет	методами изучения и прогнозирования, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка стран АТР методами формирования потребностей в товарах рационального и иррационального спроса посредством маркетинговых коммуникаций

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» применяются следующие

методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, кейс-стади,
метод составления интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона»»

Учебный курс «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона» включена в состав вариативной части блока «Дисциплина (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов, в том числе МАО 6 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе во 6 семестре.

Дисциплина «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая география и регионалистика», «Международные экономические отношения» и позволяет подготовить студентов к освоению дисциплины «Управление продажами» и практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической деятельности).

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов.

1. Теоретические основы мирового хозяйства: понятия глобализации мирового хозяйства, этапы развития мировой экономики, структура мирового хозяйства, международное разделение труда, причины и этапы его развития, подходы к классификации стран, система национальных счетов, интеграционные процессы в АТР, причины выделения АТР в особую зону мирового развития.

2. Экономическое развитие стран Азиатско-Тихоокеанского региона: место

АТР в системе современных экономических отношений, подходы к выделению АТР; географическое положение, экономическая, политическая составляющие региона; возрастание роли АТР в мировом хозяйстве; особенности экономической модели США, роль США в АТР; экономики Канады, Китая, Японии, Австралии и Новой Зеландии; особенности экономик новых индустриальных стран; общая характеристика хозяйства Юго-Восточной Азии; Россия и Российский Дальний Восток в интеграционных процессах АТР.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний о мировом хозяйстве, международном разделении труда, обусловленного специализацией производства товаров, услуг, движением основных факторов производства (труда, капитала, научных и технологических достижений, конкуренцией); приобретение практических навыков в области анализа структур экономики отдельных стран согласно системе национальных счетов; формирование критического мышления и оценок процессов, происходящих в развитии отдельных государств и их группировок, которые помогут сформировать профессиональные компетенции будущим специалистам в области экономики для решения вопросов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Задачи:

- изучить теоретические основы мирового хозяйства;
- выявить особенности формирования АТР, как единого макрорегиона мирового хозяйств;
- рассмотреть особенности интеграционных процессов в АТР;
- сравнить и проанализировать модели развития национальных экономик АТР;
- способствовать развитию навыков анализа факторов, определяющих структуру и специализацию экономик стран АТР;
- способствовать освоению и владению методами обработки статистических данных, характеризующих разные аспекты состояния развития экономик стран АТР.

Для успешного изучения дисциплины «Экономика стран Азиатско-

Тихоокеанского региона» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовность 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	Знает	особенности социально-экономического развития стран АТР; основы регулирования экспортно-импортных операций в странах АТР, тенденции движения капитала, миграции трудовых ресурсов в странах АТР
	Умеет	осуществлять поиск, обобщение и систематизацию информации о состоянии международной торговли в АТР и внешней торговли стран региона
	Владеет	навыками прогнозирования динамики и структуры внешней торговли стран АТР

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-беседа,

лекция проблемная, круглый стол, реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Бизнес-аналитика»

Учебный курс «Бизнес-аналитика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Бизнес-аналитика» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 36), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Бизнес-аналитика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Математика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Управление проектами в логистике».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Подготовка и организация выборочного обследования: формы организации и виды статистического наблюдения. Понятие выборочного обследования. Основные принципы организации выборочного обследования для обеспечения репрезентативности получаемых результатов. Классификация ошибок выборочного наблюдения. Методы отбора единиц в выборку. Основные характеристики параметров генеральной и выборочной совокупности. Подготовка и организация выборочного обследования: цель, основные гипотезы, объект и единица наблюдения, территория, время наблюдения. Основные пункты программы выборочного обследования.

Инструментарий наблюдения (формуляр, инструкция). Комбинирование выборочного и сплошного наблюдения.

2. Методы формирования выборочной совокупности. Обработка данных выборочного обследования: способы отбора, обеспечивающие репрезентативность выборки при проведении социально-экономических исследований. Виды выборки: повторная, бесповторная; типическая, серийная, многоступенчатая, многофазовая. Отбор единиц в выборочную совокупность по схеме. Формирование выборки методами расслоенного отбора. Изучение основных показателей оценки выборочной совокупности. Влияние вида выборки на величину ошибки выборки. Основные определения и классификации. Задачи, решаемые с помощью выборочного метода. Распространение данных выборочного обследования на генеральную совокупность. Особенности обработки данных, представленных малой выборкой. Некоторые специальные приемы проведения обследований: систематический отбор; схема отбора, ориентированная на издержки; редкие элементы; выборочные обследования, растянутые во времени; множественный отбор. Аналитические и экспериментальные обследования. Проблема охвата данных. Потерянные и труднодоступные данные. Методы решения проблемы потерянных данных. Методы оценки согласованности данных. Методы визуализации статистической информации. Формирование отчетов.

3. Примеры применения методов выборочного обследования: применение современных пакетов прикладных программ при обработке результатов выборочных обследований. Обзор статистических программ: STATISTICA, SPSS, Statgraphics и др. Бюджетные обследования в области социальных исследований для государственной статистики. Выборочные переписи населения. Контрольные обходы и проверки после проведения сплошного обследования. Методы моментных наблюдений для изучения структуры рабочего времени работников разных категорий. Выборочные обследования в аудиторской практике при проверке бухгалтерских

документов. Атрибутивная и монетарная выборки. Основные этапы проведения выборочного наблюдения для обследования предприятий малого бизнеса. Анализ и экспертная оценка полученных результатов. Конъюнктурные обследования. Результативность проведения выборочных обследований предприятий и организаций различных форм собственности.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование у студентов методологии экономико-статистического изучения различных социально-экономических процессов на макро- и микроуровне, на основе познания конкретных статистических методов и методик расчета экономических показателей; формирование у будущих бакалавров экономики теоретических знаний и практических навыков в области использования различных статистических методов выборочных обследований в практической экономической деятельности и при принятии управленческих решений.

Задачи:

- сформировать современное представление о важности выборочных методов статистического анализа данных в области изучения общественной жизни;
- сформировать специфический понятийный аппарат;
- раскрыть сущность статистического наблюдения и выборочного наблюдения;
- показать цели и задачи метода группировок, и их практическое применение;
- изложить классификацию статистических величин, их значение и применение;
- изучить ряды динамики, методы оценки интенсивности и тенденций развития явлений;
- раскрыть сущность и возможности использования на практике корреляционно-регрессионного анализа;

- сформировать принципы и методы оценки социально-экономических процессов в динамике и статике на макро- и микроуровнях;
- освоить методику использования статистических методов применительно к конкретным направлениям экономической статистики.

Для успешного изучения дисциплины «Бизнес-аналитика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческих позиций;
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать, необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет.
- способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-4 – способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	Знает	методы и методики сбора и обработки экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
	Умеет	собирать и анализировать исходные данные; применять различные методы сбора и обработки данных для решения поставленных экономических задач.
	Владеет	методами анализа, систематизации и обобщения данных, навыками формирования целей, задач и поиска их достижения; методами статистического анализа социально-экономических показателей.
<p>ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологи</p>	Знает	методы сбора, анализа и обработки данных; методы анализа и интерпретации социально-экономических показателей.
	Умеет	применять научные термины, формулировать цели, анализировать и обобщать информацию.
	Владеет	навыками решения указанных проблем и учета происходящих процессов; методами сбора, анализа и обработки данных.
<p>ПК-14 – способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	Знает	анализировать и интерпретировать статистические данные; собирать и анализировать исходные данные.
	Умеет	выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей.
	Владеет	методами статистического анализа социально-экономических показателей.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Бизнес-аналитика» применяются следующие методы активного обучения: case-study, метод проектов, игропрактические занятия.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математика клиентоориентированности»

Учебный курс «Математика клиентоориентированности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Математика клиентоориентированности» включена в состав вариативной части Блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Математика клиентоориентированности» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Экономическая статистика» и позволяет подготовить студента к прохождению производственной практики, государственной итоговой аттестации.

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Математические и информационно технологические основы многокритериальной оптимизации в социально-экономической деятельности:

Математические модели и методы как базовый инструмент принятия решений, формализация экспертных предпочтений на множестве альтернатив (МА); критериальный язык описания выбора; бинарные отношения и способы их задания на множестве альтернатив (МА); количественные и качественные шкалы измерения критериев; инвариантные преобразования критериев; Парето оптимальность при нескольких критериях, методы нахождения Парето оптимальных решений; функции выбора, порожденные бинарными отношениями, построение

однокритериальных функций полезности; метрики в пространстве критериев, метод опорной (идеальной) точки; иерархия критериев и весовые коэффициенты важности, метод главного критерия; лексикографический порядок, отображение в линейный порядок; методы условной оптимизации, метод уступок; использование обобщённых критериев, линейные, максиминные и другие свёртки; многокритериальные задачи линейного программирования; оценка многокритериальных альтернатив методами аналитической иерархии (АНР), алгоритмы реализации АНР (по Т.Саати), проверка согласованности суждений эксперта, индекс и отношение согласованности; индикаторы качества альтернатив и выбор лучшей. сильные и слабые стороны метода АНР.

2. Принятие решений в условиях неопределённости, элементы теории некооперативных игр: некооперативные игры п лиц в нормальной форме, определения, структура модели и постановки основных задач; типы и характеристики игр, игры с полной и неполной информацией; антагонистические и не антагонистические; простейшие матричные игры с 0-й суммой; экономический смысл решения и алгоритм его нахождения; понятия оптимальности в некооперативной игре, равновесия Нэша и эффективность исходов, проблема "дилеммы заключённого"; смешанные стратегии как дискретные случайные величины, необходимость смешанных стратегий в модели; условия существования равновесия Нэша и способы нахождения; равновесные решения в игровых моделях олигополий; устойчивость равновесий, процедуры "нащупывания"; биматричные игры, свойства и алгоритмы решения; существенные и несущественные игры, примеры; многошаговые и повторяющиеся игры, динамические игры в развёрнутой форме, нормализация игры; динамические игры с полной и совершенной информацией, метод обратной индукции, совершенное подыгровое равновесие Нэша; повторяемые игры, двукратно и бесконечно повторяемые игры, цена игры (фактор дисконтирования); теоремы о

равновесных состояниях, модель Курно в бесконечно повторяемой игре; стратегии переключения.

3. Модели и алгоритмы принятия социально-экономических решений как коллективного выбора: индивидуальные и коллективные предпочтения, задачи группового согласования предпочтений (коллективного выбора), функции общественного выбора (ФОВ), аксиомы ФОВ; парадоксы Кондорсе и другие нарушения аксиом, теорема Эрроу о «невозможности»; алгоритмы голосования; алгоритмы устойчивых сочетаний Гейла – Шепли; элементы теории кооперативных игр, моделирование распределения затрат, прибылей, общественных благ, долей рынка и других кооперативных задач, коалиции и характеристические функции игры n лиц, определения; экономический смысл и свойства моделирования кооперативного эффекта, индивидуальная и коллективная рациональность; концепции решения кооперативных игр, оптимальные исходы; S – ядра; принцип оптимальности Шепли, вектор Шепли, аксиоматическое построение; функция и разные варианты вычисления вектора Шепли; определения "силы" влияния при принятии корпоративных решений.

Цель – приобретение теоретических знаний и технологических навыков, необходимых для эффективного принятия (выбора) управленческих решений, необходимых для достижения целей профессиональной социально-экономической деятельности.

Задачи:

- изучить базовые инструменты математического моделирования процессов принятия решений в экономике и социальной сфере;
- изучить базовые принципы и алгоритмы для формирования и решения типичных задач теории принятия решений (ТПР);
- изучить основные методы формирования и анализа структуры множества альтернатив в различных экономических ситуациях принятия решения;

- знать основные алгоритмы нахождения различных оптимумов на множествах с различными бинарными отношениями;
- научить основным методам и алгоритмам нахождения парето-оптимумов в многокритериальных задачах ТПР;
- изучить базовые методы нахождения эффективных решений в задачах многокритериальной оптимизации в условиях определённости и неопределённости;
- изучить основные модели и методы теории игр, полезные для решения задач ТПР в условиях неопределённости и риска;
- ознакомление с принципами и алгоритмами неоклассической теории коллективного выбора.
- сформировать основу для дальнейшего самостоятельного изучения современных аналитических методов принятия управленческих и технологических решений в профессиональной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Математика клиентоориентированности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции.

- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере.
- Способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные).
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением ИКТ.
- способность работать с компьютером как средством управления информацией, получать её из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях.
- способность использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования.

- способность использовать математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации.

- способность применять системный подход и математические методы в формализации решения прикладных задач.

- способность ориентироваться в нестандартных условиях и ситуациях, анализировать возникающие проблемы, разрабатывать и осуществлять план действий.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знает	основные технические средства и информационные технологии и их возможности для решения аналитических и исследовательских задач
	Умеет	обрабатывать информацию с помощью современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром современных методов и приёмов для эффективной обработки информации с помощью современных технических средств и информационных технологий
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	ограничения, накладываемые при построении моделей, экономический смысл результатов моделирования
	Умеет	представить экономическую интерпретацию параметров функций, уравнений, неравенств, используемых в моделях принятия оптимальных решений
	Владеет	навыками работы с прикладным программным обеспечением, автоматизирующим поддержку принятия решения
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • основные бизнес-процессы в торговой организации; • методы прогнозирования и определения экономической • эффективности бизнес-процессов
	Умеет	прогнозировать бизнес-процессы в торговой

		организации и оценивать их эффективность
	Владеет	навыками разработки и оценки эффективности бизнес-процессов в торговой организации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Математика клиентоориентированности» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: занятие-презентация, занятие-дискуссия, занятие-беседа, метод консультирования, case-study, мозговой штурм, выполнение групповых и индивидуальных творческих заданий.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Интернет-маркетинг»

Учебный курс «Интернет-маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Интернет-маркетинг» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц - 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (72 час., в том числе МАО 54 часа), самостоятельная работа студента (180 часов, в том числе 36 часов на контроль). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Мерчандайзинг», «Брендинг».

Содержание дисциплины состоит из шести тем и охватывает широкий круг вопросов: сущность электронного рынка; модели комплекса интернет-маркетинга; основы продвижения в Интернет; контекстная реклама и SEM; особенности продвижения в YouTube; особенности продвижения в социальных сетях.

Цель - формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления маркетинговой деятельности предприятия в Internet.

Задачи:

- рассмотреть сущность Интернет-маркетинга, уточнить ключевые понятия в данной предметной области;

- раскрыть возможности использования Internet в маркетинговой деятельности предприятий и проанализировать существующие уровни представленности предприятия в Internet;

- рассмотреть эволюцию моделей комплекса маркетинга для реальных и виртуальных рынков, уточнить содержание составляющих элементов каждой модели электронного маркетинга;

- проанализировать технологии и инструменты информационного продвижения товаров и услуг в Интернет.

Для успешного изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-12	Знает	- содержание фундаментальных протоколов

<p>способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>		<p>TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;
<p>ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - виды продвижения в Интернет - модели оплаты и ценообразования Интернет-рекламы - особенности медиапланирования в Интернет - российский рынок информационно-аналитических систем и принцип их функционирования - ключевые показатели эффективности Интернет-рекламы - основы контекстной рекламы (форматы и принципы) - сервисы контекстной рекламы - сущность SEM (Search Engine Marketing) - требования к рекламным материалам сервисов контекстной рекламы - условия оказания рекламных услуг - принципы функционирования видео-порталов - основы рекламы на видео-порталах - требования к рекламным материалам сервисов контекстной рекламы - условия оказания рекламных услуг - классификации социальных сетей и принципы их функционирования - сущность и инструменты SMM, SMO и SEO
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - планировать продвижение объектов в Интернет - оценивать эффективность Интернет-рекламы - разрабатывать эффективное рекламное объявление для контекстной рекламы

		<ul style="list-style-type: none"> - управлять кампаниями, отслеживать статистику в сервисе контекстной рекламы - загружать ролики, аннотировать, снабжать ссылками, управлять комментариями - рекламировать видео на YouTube - определять целевые соцсети для продвижения объектов - разрабатывать рекомендации по продвижению в социальных сетях
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования интернет-рекламы - методами и средствами оценки эффективности Интернет-рекламы - методами и средствами разработки рекламного объявления, совокупности ключевых слов - навыками размещения рекламных кампаний в Интернет с соблюдением требований и условий издателей (сервисов контекстной рекламы, баннерной рекламы и др.) - навыками управления каналом предприятия на YouTube - навыками формирования сообщества на YouTube - навыками определения целевых соцсетей для продвижения объектов - умениями разработки рекомендаций по продвижению в социальных сетях

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Интернет-маркетинг» применяются такой метод активного/ интерактивного обучения как кейс-задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронная коммерция»

Учебный курс «Электронная коммерция» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль "Логистика в торговой деятельности "

Дисциплина «Электронная коммерция» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц - 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 час.), практические занятия (72 час., в том числе МАО 54 часа), самостоятельная работа студента (180 часов, в том числе 36 часов на контроль). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Электронная коммерция» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Мерчандайзинг», «Брендинг».

Содержание дисциплины состоит из шести тем и охватывает широкий круг вопросов: сущность Internet и ландшафт российского Internet, уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система, традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт, Internet-банкинг, основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий, типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи.

Цель - формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления коммерческой деятельности в Internet и

особенностях функционирования российского рынка электронной коммерции и электронных платежных систем.

Задачи:

- рассмотреть сущность Интернет, принципы функционирования, ландшафт российского Интернета и в разрезе отдельных стран, устройство и основных игроков;

- уточнить ключевые понятия в данной предметной области и правовое регулирование электронной коммерции;

- рассмотреть сущность национальной платежной системы применительно к электронному бизнесу;

- рассмотреть структуру традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников;

- познакомить с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем;

- рассмотреть типологию платежных систем, функционирующих в Internet и типологию мобильной коммерции;

- оценить уровень освоения Internet-банкинга на национальном и регионально рынках.

Для успешного изучения дисциплины «Электронная коммерция» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

- способностью проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;

- способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета - систему адресации Интернет - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции - уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе
<p>ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торговотехнологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина - анализировать рынок карточных продуктов страны - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Электронная коммерция» применяются такой метод активного/интерактивного обучения как кейс-задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление проектами в логистике»

Учебный курс «Управление проектами в логистике» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Управление проектами в логистике» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 8 зачетных единицы, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (72 часа, в том числе МАО 54 часа), самостоятельная работа студентов (180 часов, в том числе подготовка к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Управление проектами в логистике» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Математика клиентоориентированности», «Основы маркетинга», «Логистика», «Логистика складирования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы управления цепями поставок», «Брендинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: эволюция развития методов управления проектами; роль управления проектами в современном мире; роль международных и корпоративных стандартов в системе управления проектами; раскрытие понятия и сущности управления проектами; общие принципы построения организационных структур управления проектами; процессы и области знаний управления проектами в соответствии с международным сводом знаний по управлению проектами (PMI PMBoK); инициация и разработка концепции проекта; планирование проекта; мониторинг и контроль проекта; управление персоналом и коммуникациями в проекте и завершением проекта.

Цель – сформировать у студентов системное представление об основах управления проектной деятельностью организации, о требованиях методологии международных стандартов управления проектами, дать основные навыки в области управления проектами, связанными с логистической деятельностью организаций.

Задачи:

- изучить историю развития методов управления проектами;
- изучить основы управления проектами, сформировать понимание концепции проектного управления;
- сформировать умения и навыки принятия решений по инициированию, планированию и контролю проекта, его структуризации и оценке;
- изучить организационные формы управления проектами и методы их разработки, дать понимание роли и функций проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла проекта.

Для успешного изучения дисциплины должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- понимание законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности;
- умение планирования потребности в ресурсах;
- умение проводить предпроектный анализ, экспертизу обоснований идей проектов;
- знание основных организационных форм управления;
- понимание методов оценки эффективности и обеспечения прибыльности инвестиционных проектов;
- умение искать и видеть способы, средства, резервы повышения эффективности инвестиционных проектов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ПК-12: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	современные технические средства и информационные технологии, используемые при реализации проектов
	Умеет	пользоваться современными техническими средствами и информационными технологиями для управления проектами
	Владеет	навыками использования современных информационных технологий для самостоятельного решения задач в области управления проектами
ПК-13: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	методы генерации проектных идей, их оценки и отбора, методы планирования проектной деятельности, принципы организации управления проектом, создания команды проекта.
	Умеет	экономически обосновать проект в области профессиональной деятельности, организовать деятельность команды проекта, разработать план проекта.
	Владеет	способностью реализовывать конкретный проект в области профессиональной деятельности в качестве члена команды проекта;
ПК-15: готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	принципы и методы управления поставками проекта
	Умеет	формировать и оценивать эффективность альтернативных вариантов логистических схем при управлении поставками проекта
	Владеет	способностью самостоятельно управлять логистическими процессами при реализации проектов в области профессиональной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление проектами в логистике» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, дискуссия, деловая игра, презентация и защита проекта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление бизнес-проектами»

Учебный курс «Управление бизнес-проектами» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Управление бизнес-проектами» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (72 часа), самостоятельная работа магистрантов (180 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Управление бизнес-проектами» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы менеджмента», «Управление человеческими ресурсами», «Основы маркетинга» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы управления цепями поставок», а также производственной практике.

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. История развития методов управления проектами и их концепция. Предпосылки перехода к управлению проектами. Эволюция развития методов управления проектами в России и за рубежом. Роль управления проектами в современном мире. Общее и особенное в проектной и организационной деятельности.

2. Международные стандарты управления проектами: классификация и особенности. Институт управления проектами (PMI®) и его стандарты. Корпоративные стандарты управления проектами. PRINCE2, P2M, IPMA, ISO и др.

3. Различные подходы к определению проекта. Классификация типов проектов. Признаки проекта. Жизненный цикл проекта. Окружение проекта. Команда управления проектом. Организационная структура проекта и его внешнее окружение. Общие принципы построения организационных структур управления проектами. Процессы и области знаний управления проектами в соответствии с PMBOK и другими сводами лучших практик управления проектами в мире.

4. Разработка концепции проекта. Стратегическое видение и замысел проекта. Миссия проекта. Проработка целей и задач проекта. Дерево целей. Предварительный анализ осуществимости и жизнеспособности проекта. Дерево проблем. Преинвестиционная фаза проекта. Оценка жизнеспособности проекта. Устав проекта. Констатация предварительного содержания проекта.

5. План проекта. SMART-Цель проекта, назначение и виды планов. Планирование содержания проекта. Структурная декомпозиция проекта (WBS). Схема распределения ответственности. Управление предметной областью проекта.

6. Определение операций, их последовательности и взаимосвязи. Разработка расписания проекта. Календарное и сетевое планирование проекта. Технические приемы организации сети: PERT-схема и CPM-схема. Подсчет времени на каждое действие. Преимущества и недостатки GANNT-схемы. Корректировка сетевого графика. Управление расписанием в ходе применения гибкого и «водопадного» подходов к управлению проектом.

Цель – формирование у студентов совокупности теоретических знаний и практических навыков, связанных с пониманием роли проектного подхода для достижения поставленной цели и результата на уровне хозяйствующего субъекта и ведомств на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления государством; изучение основных положений современной концепции управления проектами в России и мире; подходы, техники и процессы управления проектами с использованием экономико-

математических методов, а также методов управления процессом реализации проекта в современных условиях на основе международных стандартов проектного управления.

Задачи:

– Изучить основные научные, теоретические и методические подходы к основам системы управления проектами на международном уровне;

– Сформировать методические подходы к принятию решений по выработке концепции проекта, его структуризации и оценке на основе ключевых международных сводов лучших практик реализации проектов;

– Изучить роли и функции проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла проекта на основе традиционного («Золотого» стандарта) и гибкого (Agile) подходов к управлению проектами;

– Ознакомиться с организационными формами управления проектами и методами их разработки и оптимизации на основе моделей PMI и DSDM;

– Изучить инструментарий планирования и контроля хода выполнения проекта, принятый на международном уровне проектного менеджмента;

– Освоить навыки разработки модели проекта с применением информационных систем управления проектами (MS Project).

– Подготовить магистрантов к самостоятельному принятию решений, касающихся проектной деятельности, а также выработке у них практических навыков управления проектами по одному или нескольким международным стандартам.

Для успешного изучения дисциплины «Управление проектами по международным стандартам» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их

решения;

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность принимать организационно-управленческие решения;
- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;
- способность представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	методики и иную нормативно-правовую базу, способы подготовки финансового плана проекта и инструменты управления стоимостью проекта на основе международных стандартов проектного управления
	Умеет	применять соответствующие методики и инструменты для управления областью стоимости проекта и составления бюджета проекта на основе международных стандартов проектного управления
	Владеет	приемами и навыками подбора подходящих методов и инструментов управления стоимостью конкретного проекта по международным стандартам проектного управления исходя из специфики предметной области его реализации

<p>ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	Знает	основную терминологию, инструменты и методы управления содержанием проекта по международным стандартам управления проектами и программами
	Умеет	использовать на практике знания в области управления проектом или программой для внесения предложений в список работ согласно структурной декомпозиции работ проекта
	Владеет	навыками адаптации различных методов и инструментов управления содержанием проекта, применения процессов изменения и корректировки компонентов содержания проекта на основе международной практики управления в конкретной специфической предметной области
<p>ПК-15 готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	Знает	сущность организационно-управленческих решений, их виды и этапы процесса разработки базового и рабочего планов проекта, методы и способы декомпозиции и назначения ресурсов проекта для групп и отдельных исполнителей
	Умеет	оценивать условия эффективности реализации организационно-управленческих решений в ходе мониторинга и контроля реализации проекта на основе лучших международных практик управления проектами в различных предметных областях
	Владеет	способностью находить оптимальные организационно-управленческие решения по планированию проекта и готовностью нести за них ответственность, делегировать пакеты работ и операции внутри команды управления проектом

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление бизнес-проектами» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: тестирование, реферат, инициация и планирование проектов из различных предметных областей.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Брендинг»

Учебный курс «Брендинг» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Брендинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (35 часов), практические занятия (49 часов, в том числе МАО 49 часов), самостоятельная работа студентов (132 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Брендинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Основы предпринимательства и управление бизнесом» и позволяет подготовить студентов к технологической практике (в торгово-технологической деятельности) и преддипломной практике.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: сущность категории «бренд», «товарный знак», «товарная марка», основные характеристики бренда, технология создание брендов, правовые основы брендинга, бренд-менеджмент, система управления брендами: концепции и стратегии, продвижение брендов и управление ими, способы продвижения брендов, капитализация брендов, оценка стоимости бренда, способы оценки стоимости бренда. маркетинговые исследования в брендинге, коммуникационная кампания бренда, концепция интегрированный бренд-коммуникаций, управление лояльности к бренду, брендинг в отраслях и сферах бизнеса, концепция управления брендом.

Цель изучения дисциплины - развитие ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в

будущем разрабатывать конкурентоспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

Задачи:

1. знание и понимание роли брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b2c и b2b рынках;
2. системные знания типов брендов и их различных ролей в марочном портфеле компании;
3. системные знания теорий и инструментов брендинга;
4. понимание принципов формирования портфелей брендов;
5. умение разрабатывать концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа;
6. знание принципов управления брендами.

Для успешного изучения дисциплины «Брендинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 - способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству <i>(формируется частично)</i>	Знает	основные понятия, цели, принципы, объекты, методы, ассортиментные, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие; теоретические основы формирования ассортимента
	Умеет	рационально формировать ассортимент и управлять им, эффективно осуществлять управление ассортиментом и качеством товаров и услуг, диагностировать дефекты; оценивать качество товаров, осуществлять приемку и учет товаров по количеству и качеству

	Владеет	методами управления ассортиментом и оценки качества товаров
ПК-3 - 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 (формируется частично)	Знает	цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы брендинга, организацию деятельности; методы выявления потребностей покупателей
	Умеет	выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать конъюнктуру рынка;
	Владеет	методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа информации
ПК-4 - способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (формируется частично)	Знает	методы идентификации товаров
	Умеет	идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;
	Владеет	навыками работы с товарами разного назначения для выявления и предупреждения фальсификации товаров

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Брендинг» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия, разноуровневые задачи и задания, реферат, деловая игра.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Мерчандайзинг»

Учебный курс «Мерчандайзинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Мерчандайзинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (35 часов), практические занятия (49 часов, в том числе МАО 49 часов), самостоятельная работа студентов (132 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Мерчандайзинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студентов к прохождению технологической и преддипломной практик.

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Основы технологии мерчандайзинга: понятие, цели и задачи мерчандайзинга; история развития мерчандайзинга; особенности развития мерчандайзинга за рубежом и в России; современные тенденции развития мерчандайзинга: категорийный мерчандайзинг, кроссмерчандайзинг; различие в целях мерчандайзинга поставщика и розничного торгового предприятия; характеристика типов покупателей; психологические аспекты поведения покупателя в торговом зале; основы технологии мерчандайзинга: правила и принципы мерчандайзинга;

2. Мерчандайзинг розничного торгового предприятия: трехуровневая концепция мерчандайзинга розничного торгового

предприятия; элементы атмосферы магазина (психологические факторы, организационные факторы, органолептические факторы); виды и подходы к планировке торгового зала розничного торгового предприятия; правила выкладки товаров в торговом зале; рекламно-информационное сопровождение мерчандайзинга;

3. Эффективность мерчандайзинга: подходы к разработке стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия; особенности оценки эффективности мерчандайзинга.

Цель: формирование комплекса знаний об особенностях организации мерчандайзинга на торговом предприятии.

Задачи:

1. Сформировать у студентов систему теоретических знаний в области мерчандайзинга;

2. Сформировать у студентов систему теоретических знаний об инструментах мерчандайзинга;

3. Сформировать у студентов навыки выбора оптимальных инструментов мерчандайзинга;

4. Сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке программы мерчандайзинга, стандартов мерчандайзинга и оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.

Для успешного изучения дисциплины «Мерчандайзинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

– готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

– способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

– готовность 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 – Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • особенности и современные тенденции развития мерчандайзинга и его влияние на характер маркетинговой деятельности торгового предприятия; • основные принципы, правила и инструменты мерчандайзинга торгового предприятия;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать программу мерчандайзинга и осуществлять ее реализацию на предприятии; • разрабатывать стандарты мерчандайзинга и внедрять их на предприятии розничной торговли;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками по разработке и внедрению мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия; • практическими навыками по разработке программы мерчандайзинга; • практическими навыками разработки стандартов мерчандайзинга розничного торгового предприятия;
ПК-3 – Готовность к выявлению и	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • принципы мерчандайзинга на основе теории рефлексов;

удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка		<ul style="list-style-type: none"> • особенности влияния инструментов мерчандайзинга на различные типы поведения покупателей;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • использовать инструменты мерчандайзинга для влияния на различные типы поведения покупателей;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками выбора различных инструментов мерчандайзинга для воздействия на разные типы поведения покупателей;
ПК-4 – Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • особенности организации мерчандайзинга на различных видах торговых предприятий; • подходы к оценке эффективности мерчандайзинга;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • учитывать интересы различных сторон при разработке и реализации программы мерчандайзинга (производителей, оптового предприятия и предприятия розничной торговли); • использовать новые технологии в области мерчандайзинга; • проводить оценку эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками по оценке эффективности мероприятий мерчандайзинга торгового предприятия.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мерчандайзинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, семинар-дискуссия, выполнение ситуационного задания (проекта) в форме кейс-стади, составление интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Smart Data (Умные данные)»

Учебный курс «Smart Data (Умные данные)» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоёмкость освоения составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Smart Data (Умные данные)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Экономическая статистика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика складирования», «Управление продажами».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: характеристика понятий «данные», «информация», «знания»; проблема «больших данных»; обзор источников информации; основные определения, термины и задачи анализа больших данных; характеристика больших данных – *5V*; предпосылки формирования тренда; драйверы рынка больших данных; обзор технологий хранения и обработки больших данных; современные программные средства анализа больших данных; процесс аналитики (стандарт *CRISP-DM*); понятие машинного обучения и его компоненты; основные определения и термины машинного обучения; виды задач в машинном обучении и процесс их решения; обучение без учителя: кластерный анализ; обучение с учителем: логистическая регрессия, деревья решений, регрессионный анализ.

Цель дисциплины – формирование у студентов системного представления процессах сбора, хранения и анализа больших объемов данных, а также подготовка обучающихся к работе с большими данными.

Задачи:

- приобретение студентами знаний о технологиях сбора, хранения, обработки и анализа больших объемов данных;
- развитие навыков создания и решения моделей, необходимых в сфере управления;
- изучение методов машинного обучения для анализа данных больших объемов.

Для успешного изучения дисциплины «Smart Data (Умные данные)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;
- способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и / или аналитический отчет.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности	знает	основные векторы развития цифровых технологий в области анализа больших объемов данных

(коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	умеет	использовать результаты анализа данных для принятия управленческих решений
	владеет	навыками использования современных методов анализа больших данных

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Smart Data (Умные данные)» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция с разбором конкретных ситуаций.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг для стартаперов»

Учебный курс «Маркетинг для стартаперов» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Логистика в торговой деятельности».

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» включена в состав блока «Факультативы».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Маркетинг для стартаперов» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Интернет-маркетинг» и «Брендинг».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: мировые и российские истории успеха стартапов; понятие бизнес-идеи, источники идей (анализ, проблемы рынка, поиск свободной рыночной ниши, модификация существующих продуктов), выбор жизнеспособной идеи, формулировка бизнес-идеи; ценностное предложение, мониторинг оценки ценности; бизнес-модель как основа конкурентоспособности и стратегии компании, тестирование бизнес-модели; исследование рынка, методы исследования рынка, инструменты малобюджетного анализа рынка, определение конкурентов, описание конкурентов, критерии оценки конкурентов; понятие целевой аудитории, профиль целевой аудитории, понятие позиционирования, конкурентное преимущество, карты позиционирования; понятие маркетингового плана и маркетингового

бюджета; выбор коммуникационной модели, выбор средств продвижения, затраты на продвижение.

Цель дисциплины – формирование комплекса знаний об особенностях разработки и реализации стартапов.

Задачи:

1. Сформировать у студентов систему теоретических знаний в области маркетинга стартапов;
2. Сформировать у студентов навыки выбора оптимальных инструментов маркетинга для разработки и реализации стартапов;
3. Сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке программы продвижения стартапа.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинг для стартаперов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;
- готовность 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;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 – 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 (формируется частично)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • понятие стартапа; • инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • понятие целевой аудитории; • понятие позиционирования; • понятие конкурентного преимущества.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • находить свободные ниши для развития стартапа; • выбирать и использовать инструменты анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • анализировать позицию стартапа на рынке в сравнении с конкурентами; • определять приоритетные целевые аудитории стартапа; • выбирать инструменты продвижения стартапа.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • практическими навыками использования инструментов анализа бизнес-идеи, рынка, конкурентов; • практическими навыками анализа позиции стартап-проекта на рынке в сравнении с конкурентами; • практическими навыками обоснования бизнес-идеи и стратегии стартапа, а также разработке плана действий по выводу продукта на рынок; • практическими навыками разработки программы продвижения стартапа; • практическими навыками составления плана маркетинговых мероприятий в условиях ограниченности финансовых и кадровых ресурсов.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг для стартаперов» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, кейс-стадии, индивидуальные проекты.

