



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: Международный бизнес

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2016

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Философия»

Учебный курс «Философия» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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-философской 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	
<p>ОК-1 способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня</p>	Знает	<p>основные научные понятия в профессиональной сфере; основы историко-культурного развития человека и человечества; типичные алгоритмы саморазвития и самосовершенствования личности в различных направлениях</p>
	Умеет	<p>анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые научные проблемы; легко ориентироваться при выборе метода решения поставленной задачи; реализовывать собственную траекторию самосовершенствования и саморазвития</p>
	Владеет	<p>основными способами самоанализа, саморазвития и самообразования; технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; анализом и оценкой эффективности программы и результатов саморазвития и самосовершенствования в различных направлениях</p>
<p>ОК-8 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности</p>	Знает	<p>основные философские категории и специфику их понимания в различных исторических типах философии и авторских подходах; закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории;</p>
	Умеет	<p>рассматриваемые философские проблемы в развитии; критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений;</p>

	Владеет	приемами поиска, систематизации и свободного изложения философского материала и методами сравнения философских идей, концепций и эпох; навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России;
--	---------	--

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины «История»

Учебный курс «История» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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», «Правоведение».

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.

Цель - 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	
ОК-1 способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	основные научные понятия в профессиональной сфере; основы историко-культурного развития человека и человечества; типичные алгоритмы саморазвития и самосовершенствования личности в различных направлениях
	Умеет	анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые научные проблемы; легко ориентироваться при выборе метода решения поставленной задачи; реализовывать собственную траекторию самосовершенствования и саморазвития
	Владеет	основными способами самоанализа, саморазвития и самообразования; технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; анализом и оценкой эффективности программы и результатов саморазвития и

		самосовершенствования в различных направлениях
ОК-8 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	Знает	основные философские категории и специфику их понимания в различных исторических типах философии и авторских подходах; закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории;
	Умеет	рассматриваемые философские проблемы в развитии; критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений;
	Владеет	приемами поиска, систематизации и свободного изложения философского материала и методами сравнения философских идей, концепций и эпох; навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского 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-17 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма	Знает	основные положения Гражданского Кодекса РФ;
	Умеет	выполнять гражданский долг; проявлять патриотизм
	Владеет	готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма;

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 «Международный бизнес».

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», 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-15 готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	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 производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф,

		стихийных бедствий
--	--	--------------------

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Иностранный язык»

Учебная дисциплина «Иностранный язык» предназначена для бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные практические занятия (144 час.), 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», «Основы коммерческой деятельности».

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	
<p>ОК-10 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия <i>(формируется частично)</i></p>	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 зарубежных источников; – навыками просмотрового, поискового и аналитического чтения; – навыком восприятия информации на слух.
<p>ОК-7 владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной иноязычной коммуникации</p>	Знает	- 4000 лексических единиц из них 1200 продуктивно в рамках изученных тем, включающих сферы и ситуации общения повседневно-бытового и социально-культурного характера; - универсальные грамматические категории и явления; способы словообразования в английском языке: конверсия, аббревиатура; - структурные типы простого и сложного предложения; правила оформления делового и личного письма; требования к ведению электронной переписки
	Умеет	- употреблять изученную лексику в заданном контексте; распознавать тематику текста по заголовку,

		<p>предисловию, шрифтовым выделениям, комментариям;</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать основное содержание аутентичного текста по знакомой тематике без словаря, при наличии 2-3% незнакомых слов; определять истинность/ложность информации в соответствии с содержанием текста; - находить основную или нужную информацию; извлекать из аутентичного текста полную информацию со словарем; - написать личное и деловое письмо, отражающее определенное коммуникативное намерение; - составлять тезисы, краткий или развернутый план прочитанного текста; передавать краткое содержание прочитанного (7-8 фраз); делать устное сообщение, доклад
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками употребления различных типов простых и сложных предложений в соответствии с правилами английского языка; - навыками использования лексико-грамматических единиц; различными алгоритмами обработки информации на иностранном языке; - навыками употребления формул речевого этикета в зависимости от социально-культурного контекста общения; - навыками извлечения информации из письменного и аудиотекста; - навыками логического и аргументированного высказывания.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Иностранный язык» на каждом занятии применяются методы активного обучения и интерактивные формы работы, которые включают в себя 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 «Международный бизнес».

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-14 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 «Международный бизнес».

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, сформированные в результате обучения в средней общеобразовательной школе:

- 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 – 1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	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
ОК – 6 способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать	Знает	особенности функционально-стилевой и жанровой дифференциации русского литературного языка

инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях, в т.ч. для международных образовательных программ на английском языке	Умеет	определять особенности функционально-стилевой и жанровой дифференциации русского литературного языка
	Владеет	Использовать функционально-стилевой и жанровой дифференциации русского литературного языка
ОК-10 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 – 12 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
ОК – 16 владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	основные принципы эффективного речевого взаимодействия в различных ситуациях общения
	Умеет	чётко ставить цели общения и выстраивать его максимально эффективно для достижения этих целей и решения поставленных задач
	Владеет	навыками эффективного речевого взаимодействия и достижения целей общения в соответствии с особенностями коммуникативного контекста

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Русский язык и культура речи» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

Практические занятия:

- I. семинар;
- II. упражнение;
- III. 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 «Международный бизнес».

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 «Основы менеджмента», «Институциональная экономика», «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика», «Товароведение», «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, профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК – 12 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
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	современные технические средства и информационные технологии
	Умеет	решать коммуникативные задачи с применением современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром технических средств и информационных технологий для эффективной обработки информации

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 «Международный бизнес».

Дисциплина «Правоведение» 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), самостоятельная работа студентов (54 час.). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Правоведение» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «История», «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 охватывает круг вопросов, позволяющих сформировать комплексное представление об основных правовых явлениях, гражданских прав и обязанностей, законодательстве Российской Федерации и его нарушении.

Цель - формирование у студентов неюридических специальностей правовой культуры и правосознания, умение ориентироваться в жизненных и профессиональных ситуациях с позиций закона и права.

Задачи:

- 1) формировать устойчивые знания в области права;
- 2) развивать уровень правосознания и правовой культуры студентов;
- 3) развивать способности восприятия и анализа нормативно-правовых актов, в том числе для применения этих знаний в своей профессиональной деятельности;

4) формировать и укреплять навыки 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 освоения дисциплины у студентов формируются следующие общекультурные / общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3 способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	Знает	научные основы анализа своей деятельности
	Умеет	проявлять инициативу и принимать ответственные решения в профессиональных и проблемных ситуациях
	Владеет	способностью к самосовершенствованию и саморазвитию на основе рефлексии своей деятельности; способностью строить свою деятельность в соответствии с нравственными, этическими и правовыми нормами
ОК-12 способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает	положение профессии юриста в обществе, основные социально-психологические требования, предъявляемые к юридическому труду и личности руководителя в системе гражданско-правовых служб и правоохранительных органов; законы конкуренции на рынке юридического труда; теорию и практику профессионального риска
	Умеет	применять профессионально значимые качества личности юриста в процессе управления, использовать социально-психологические закономерности профессионального общения
	Владеет	методикой различных видов профессионального общения и принятия решений в правоохранительной деятельности; методами оценки способностей к юридической деятельности по социально-психологическим качествам личности; навыками анализа текущих изменений законодательства
ОК-13 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Знает	Основы законодательной системы Российской Федерации
	Умеет	Использовать нормы российского законодательства в различных сферах жизнедеятельности
	Владеет	Навыками применения норм российского

		законодательства в различных сферах жизнедеятельности
ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	действующее законодательство, основные принципы действия нормативных и правовых актов
	Умеет	правильно толковать нормативные правовые акты, применять их в своей профессиональной деятельности и доводить их требования до окружающих
	Владеет	навыками практического применения норма права, методикой правильной разъяснительной деятельности по вопросам действующего законодательства

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Информатика»

Учебный курс «Информатика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 общекультурные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	основные научные понятия в профессиональной сфере; основы историко-культурного развития человека и человечества; типовые алгоритмы саморазвития и самосовершенствования личности в различных направлениях
	Умеет	анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые научные проблемы; легко ориентироваться при выборе метода решения поставленной задачи; реализовывать собственную траекторию самосовершенствования и саморазвития
	Владеет	основными способами самоанализа, саморазвития и самообразования; технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; анализом и оценкой эффективности программы и результатов саморазвития и самосовершенствования в различных направлениях
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	- экономические методы построения моделей фирмы и рынка, используемых для количественных прогнозов.
	Умеет	-применять методы и теоретический инструментарий изучения явлений и процессов экономической жизни, выявлять способы и средства решения экономических проблем.
	Владеет	- методологией экономического исследования, информацией для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

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 «Международный бизнес».

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	
ОК-1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	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.
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Умеет	Применять методы матричного исчисления, аналитической геометрии и математического анализа для решения типовых профессиональных задач
ОПК-2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Владеет	Навыками использования математического аппарата для решения профессиональных задач

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 «Основы менеджмента»

Учебный курс «Основы менеджмента» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 «Основы современных образовательных технологий», «Информатика», «Экономическая теория», «Русский язык и культура речи» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика», «Международные экономические отношения».

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 общекультурные, профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	основные научные понятия в профессиональной сфере; основы историко-культурного развития человека и человечества; типовые алгоритмы саморазвития и самосовершенствования личности в различных направлениях
	Умеет	анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые научные проблемы; легко ориентироваться при выборе метода решения поставленной задачи; реализовывать собственную траекторию самосовершенствования и саморазвития
	Владеет	основными способами самоанализа, саморазвития и самообразования; технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; анализом и оценкой эффективности программы и результатов саморазвития и самосовершенствования в различных направлениях
ОК-3 способность проявлять инициативу и принимать	Знает	научные основы анализа своей деятельности
	Умеет	проявлять инициативу и принимать ответственные решения в профессиональных и проблемных

ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности		ситуациях
	Владеет	способностью к самосовершенствованию и саморазвитию на основе рефлексии своей деятельности; способностью строить свою деятельность в соответствии с нравственными, этическими и правовыми нормами
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	экономические методы построения моделей фирмы и рынка, используемых для количественных прогнозов.
	Умеет	применять методы и теоретический инструментарий изучения явлений и процессов экономической жизни, выявлять способы и средства решения экономических проблем.
	Владеет	методологией экономического исследования, информацией для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
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	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 функций.
	Умеет	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	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.
ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	основные методы ведения деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров
	Умеет	выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
	Владеет	практическими навыками делового общения, ораторским искусством, основами физиогномики и графологии, особенностями вербального и невербального общения

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 подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки «Международный бизнес».

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом по данной специальности предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа (72 часа, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре. Форма контроля по дисциплине – экзамен.

Дисциплина «Экономическая теория» изучается параллельно с такими дисциплинами, как «Управление человеческими ресурсами», «История», «Русский язык и культура речи» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин как «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика предприятия торговли», «Институциональная экономика», «Международные экономические отношения».

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

1. Введение в экономическую теорию. Экономическая теория как наука и ее место в системе экономических наук. Предмет экономической теории, ее цели, задачи и структура. Методология и методы экономического исследования. Экономические законы и категории. Экономические законы как система.

Экономические потребности и блага: понятия, классификация. Экономические ресурсы: понятие, виды, свойства (характеристики).

Производство экономических благ и его факторы. Модель границы производственных возможностей и ее анализ (Кривая производственных возможностей). Проблема выбора. Закон замещения, альтернативная стоимость.

2. Микроэкономический анализ. Понятие и уровни организации экономических систем. Спрос: понятие и факторы, определяющие спрос. Эластичность спроса.

Процесс производства и экономическая природа фирмы. Технология и производственная функция. Карты изоквант. Краткосрочная производственная функция и отдача на фактор. Долгосрочная производственная функция и ее свойства: предельная норма технологического замещения, эластичность замещения, отдача от масштаба. Производственная функция и технический прогресс. Издержки производства фирмы. Понятие рыночной структуры и ее ключевые признаки. Классификация рыночных структур. Особенности рынка ресурсов. Общий и предельный продукт ресурса. Закон убывающей отдачи от использования дополнительных единиц переменного ресурса.

3. Макроэкономический анализ. Национальная экономика как целое. Агрегирование и система национального счетоводства. Валовой внутренний продукт и способы его измерения. Национальный доход. Располагаемый личный доход. Индексы цен. Безработица: понятие, формы, последствия. Инфляция: сущность, методы исчисления, причины и последствия.

Совокупный спрос, совокупное предложение и их равновесие. Экономический рост, его типы. Государственный бюджет: понятие, бюджетная система, бюджетный федерализм. Государственный долг. Налоги: сущность, функции, принципы налогообложения. Налоговая система. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика государства. Деньги, их сущность, функции. Денежная масса. Равновесие на денежном рынке. Банковская система: коммерческие банки и их операции; центральный банк и

его функции. Денежно-кредитная политика государства: основные направления и инструменты.

4. Международные аспекты экономической теории. Структура мирового хозяйства и его экономические закономерности. Современное международное разделение труда. Формы международных экономических отношений. Теории абсолютного сравнительного преимуществ. Мировая торговля. Международная миграция рабочей силы. Международное движение капитала и мировая валютная система. Платежный баланс.

Цель - создание базы теоретических знаний, практических навыков в области экономики, необходимой современному специалисту высшей квалификации для эффективного решения профессиональных задач.

Задачи:

– формирование у студентов целостного представления о механизмах функционирования и развития современной рыночной экономики как на микро-, так и на макроуровне;

– овладение понятийным аппаратом экономической теории для более полного и точного понимания сути происходящих процессов;

– формирование навыков анализа функционирования национального хозяйства, основных макроэкономических рынков, взаимосвязей между экономическими агентами в хозяйстве страны;

– изучение законов функционирования рынка; поведения потребителей и фирм в разных рыночных условиях, как основы последующего успешного ведения бизнеса;

– знакомство с основными проблемами функционирования современной рыночной экономики и методами государственной экономической политики;

– изучение специфики функционирования мировой экономики в её социально-экономических аспектах, для более полного понимания места и перспектив России в мировом хозяйстве;

Для успешного изучения дисциплины «Экономическая теория» у

обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- 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 и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	Знает	-основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, место в системе мирового хозяйства, направления экономической политики государства;
	Умеет	-ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать экономические процессы и явления, происходящие в обществе.
	Владеет	- навыками применения законодательства при решении практических задач и проблем экономики, видеть их многообразие и взаимосвязь с процессами, происходящими в обществе.
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	- экономические методы построения моделей фирмы и рынка, используемых для количественных прогнозов.
	Умеет	-применять методы и теоретический инструментарий изучения явлений и процессов экономической жизни, выявлять способы и средства решения экономических проблем.
	Владеет	- методологией экономического исследования, информацией для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

ОК-9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	-основные закономерности экономической жизни общества, способы решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов.
	Умеет	-выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций на микроуровне, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
	Владеет	-методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей навыками межличностной и межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям.
ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	- основные виды экономических показателей функционирования предприятий и методики их расчетов;
	Умеет	-выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;
	Владеет	методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, деятельности корпораций, подготовки целевых обзорных статистических материалов;
ПК-19 способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	- основные подходы, инструментарий оценки и анализа источников информации;
	Умеет	проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации).
	Владеет	навыками оценки деятельности предприятия с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения, ориентируясь на макро – и микроэкономические показатели

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическая теория» метод ситуационного анализа (ситуационные

задачи), кейс-стади, метод кластера, метод проблемного обучения, интеллект-карта.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Институциональная экономика»

Учебный курс «Институциональная экономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки «Международный бизнес».

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, в том числе МАО 18 час), 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», «Основы налогообложения».

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 - готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	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.
ОК-5 - способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	знает	основные понятия, категории и инструменты институциональной экономики; особенности экономического поведения в реальной действительности.
	умеет	С помощью современных методов и технологий выявлять проблемы экономико-правового характера при анализе конкретных ситуаций на микроуровне, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты.
	владеет	методами и технологиями для анализа экономико-правовых отношений в рамках институциональных взаимодействий.
ОК-9 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	знает	способы решения институциональных проблем в рамках экономических систем различных типов.
	умеет	прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведения экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микро, мезо и макроуровне.
	владеет	методами институционального анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.
ПК-16 - способностью оценивать	знает	методы оценки, построения, расчета

воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли		и анализа современной системы экономических и финансовых показателей, характеризующих деятельность хозяйственных субъектов на микроуровне
	умеет	использовать источники экономической, социальной, управленческой информации.
	владеет	методикой статистической оценки для анализа институтов современной экономики современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей
ПК - 17 - способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	знает	основные закономерности институционального развития экономики; основные направления институционального анализа в контексте эволюционной теории
	умеет	использовать институциональный инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации).
	владеет	методами и теоретическим инструментарием изучения институциональных изменений экономической и социальной жизни, выявлять способы и средства решения институциональных проблем в практической деятельности организации

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 «Международный бизнес».

Дисциплина «Экономика предприятия торговли» включена в состав базовой 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 «Экономическая теория», «Математика», «Основы современных образовательных технологий» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Логистика», «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-9 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
ОК-12 способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает	Основные методы, способы и подходы к самоорганизации и самообразованию
	Умеет	Применять методы, способы и подходы к самоорганизации и самообразованию
	Владеет	Навыками самоорганизации и самообразования
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); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	Основные методы и способы сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
	Умеет	Применять методы и способы сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
	Владеет	Навыками сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	источники информации о бизнес-процессах и методах их экономической оценки, на основе которой можно осуществлять процесс планирования, способы работы с источниками, сбора и анализа данных, подготовки аналитического отчета
	Умеет	найти и отобразить источники информации о бизнес-процессах и методах их экономической оценки, на основе которой можно осуществлять процесс планирования, собрать и проанализировать данные, подготовить аналитический отчет
	Владеет	навыками поиска и отбора наиболее подходящих источники информации о бизнес-процессах и методах их экономической оценки, на основе которой можно осуществлять процесс планирования, сбора, анализа и интерпретации данных, подготовки аналитического отчета, планирования и принятия решений на основе полученных результатов
ПК-21 способностью 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	Знает	Виды финансовой, налоговой отчётности и другой оперативной управленческой отчетности предприятия; методы агрегирования, систематизации, хранения, группировки, статистических и данных оперативно-хозяйственного учета; порядок, и последовательность ее использования для принятия управленческих решений; знает требования к информации, подготовленной к анализу, принципы и технологию осуществления анализа; цели, задачи и методику интерпретации.
	Умеет	Составлять финансовую структуру предприятия; составлять отдельные бюджеты коммерческой организации; формировать функциональные цели и выбирать соответствующие им контрольные показатели деятельности предприятия.
	Владеет	Методами и инструментами построения операционных бюджетов (бюджета продаж, производства, бюджет прямых затрат на оплату труда, прямых материальных затрат, бюджет коммерческих и управленческих расходов и т.п.); методами и инструментами построения основных финансовых бюджетов (прогнозный баланс, бюджет доходов и расходов, бюджет денежных средств).

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 «Международный бизнес».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часа. 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 общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	современные технические средства и информационные технологии
	Умеет	решать коммуникативные задачи с применением современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром технических средств и информационных технологий для эффективной обработки информации
ОК-9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	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
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	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
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих социально-экономические процессы деятельности субъектов хозяйствования
	Умеет	анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
	Владеет	современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных
ПК-20 способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	методы и инструменты количественного и качественного анализа конъюнктуры международных товарных рынков
	Умеет	использовать методы и инструменты количественного и качественного анализа для проведения прикладных исследований в сфере международной торговли
	Владеет	навыками прогнозирования и моделирования изменений конъюнктуры международных

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		товарных рынков

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономическая статистика» применяются следующие методы активного и 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 «Международный бизнес».

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», «Международные экономические отношения», «Управление маркетингом», «Стратегический глобальный маркетинг».

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-10 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • основные нормы современного русского и иностранного языков и систему функциональных стилей русского и иностранного языков
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского и иностранного языков, основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»

межкультурного взаимодействия	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками создания на русском и иностранном языках грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на соответствующее направление подготовки
ОК-11 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • принципы функционирования профессионального коллектива, понимать роль корпоративных норм и стандартов; • социальные, этнические, конфессиональные и культурные особенности представителей тех или иных социальных общностей
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • работать в команде, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности; • учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе, толерантно воспринимать эти различия
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности; • приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций
ОК-12 способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности
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	<ul style="list-style-type: none"> • содержание и структуру торгово-технологических процессов торгового предприятия
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • управлять торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессами хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, учета и списывания потерь
ПК-5 способностью управлять персоналом организации (предприятия),	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности. Функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности; • основные методы стимулирования инновационной

готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами		<p>активности менеджеров и служащих;</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные формы участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах; • адаптивные методы оценки инновативности служащих; • внутренняя культура организации и ее изменение в ходе инноваций; • основные типы корпоративных культур и степень их инновативности; • конкретные функции менеджмента в инновационной сфере; • формирование матрицы распределения обязанностей; • организационные формы реализации инновационных проектов; • интеграция организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • принимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности; • применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере; • обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом; • организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом; • способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры.

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 «Международный бизнес».

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 «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Конъюнктура мировых товарных рынков», «Международная торговля», «Создание и выведение на рынок новых товаров».

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

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

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает	основные понятия и категории в области товароведения и их взаимосвязь
	Умеет	систематизировать и обобщать информацию о товарах, их основополагающих товароведных характеристиках
	Владеет	методологией товароведения для решения профессиональных задач
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	нормативно-правовую базу в области товароведения
	Умеет	осуществлять поиск и ориентироваться в нормативно-правовой базе, необходимой для товароведной деятельности
	Владеет	навыками работы с нормативно-правовой базой при осуществлении товароведной деятельности
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-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	принципы эффективного управления торгово-технологическими процессами на предприятии
	Умеет	обеспечивать необходимый уровень качества товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии
	Владеет	навыками управления качеством товаров при осуществлении торгово-техно-логических процессов на предприятии
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), реферат, 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 «Международный бизнес».

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».

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

1. Предмет и метод бухгалтерского учета, классификация экономических ресурсов предприятия для целей бухгалтерского учета, основы отражения основных хозяйственных операций предприятия на счетах бухгалтерского учета,

2. Техника составления бухгалтерского баланса и финансовой отчетности предприятия, методы ведения бухгалтерского учета активов и обязательств предприятия в соответствии с российскими и международными стандартами бухгалтерского учета и отчетности,

3. Методика анализа основных критериев финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской отчетности, проведение финансового анализа по данным бухгалтерской отчетности.

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 профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	особенности информационных технологий, способствующих самостоятельному приобретению и использованию новых знаний и умений
	Умеет	обосновывать выбор наиболее целесообразных информационных технологий, способствующих самостоятельному приобретению и использованию новых знаний и умений
	Владеет	навыками обработки справочно-аналитических материалов, в том числе с помощью информационных технологий; умением использования документальных поисковых систем и поисковых глобальных вычислительных сетей для анализа информационных ресурсов
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; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	закономерности формирования информации; нормы и правила сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
	Умеет	работать с компьютером как со средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
	Владеет	основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной	Знает	порядок работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности;
	Умеет	проверить правильность ее оформления;

деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Владеет	навыками работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	способы прогнозирования бизнес-процессов;
	Умеет	прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;
	Владеет	методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности
ПК -21 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	Знает	основные положения содержащиеся в финансовой, бухгалтерской и иной информации содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
	Умеет	Анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., Применять типовые методики и модели для выработки управленческих решений в финансовой сфере
	Владеет	Навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., Опытом применения типовых методик и моделей для выработки управленческих решений в финансовой сфере

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 «Международный бизнес».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часа. Учебным планом предусмотрены аудиторные лекционные занятия (72 часа), практические занятия (36 часов, в т.ч. в интерактивной форме - 27 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 «Математика», «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Экономическая статистика», «Экономика предприятия торговли», «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», «Мировая экономика», «Основы международного бизнеса», «Транснациональные компании в международной торговле» и «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 анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;
- способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;

- способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК – 5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	знает	Организационные законы, принципы и нормы, требующиеся для выработки современного мышления, основ теоретических знаний и способности их практического применения.
	умеет	Осуществлять анализ и разработку стратегии управления финансами корпорации на основе современных методов и передовых научных достижений в области финансов.
	владеет	Методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических решений.
ОК – 16 владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	знает	Принципы функционирования корпорации и методы корпоративного руководства.
	умеет	Давать оценку финансовым затруднениям, возникающим в деятельности корпорации, причинам их появления, а также разрабатывать финансовые решения, призванные к устранению или их минимизации.
	владеет	Приемами оценки эффективности использования финансов в корпорации, анализа причин возникновения финансовых затруднений, а также методами по устранению или минимизации финансовых затруднений.
ОПК-4 способность применять основные методы математического анализа и моделирования,	знает	Теоретические основы математического анализа и моделирования, построения ожиданий на основе составленных моделей.
	умеет	Применять основные методы

теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем		математического анализа и моделирования.
	владеет	Навыками расчетов математического анализа и методами моделирования и прогнозирования, а также навыками принятия решений на основе полученных данных.
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	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 построения финансовых моделей для компаний; техниками анализа основных финансовых показателей, а также построения финансовых прогнозов и ожиданий и оптимизации бизнес-процессов предприятия.
ПК – 21 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	знает	Теоретические основы бухгалтерского, финансового учета, налогового и управленческого. Основы планирования финансов организации 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 составления финансовой, бухгалтерской отчетности предприятия, принятия управленческих, финансовых и проектных решений на основе финансовой отчетной информации.

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»

Учебный курс «Основы маркетинга» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 18 часов), самостоятельная работа (72 часа, в том числе подготовка к экзамену 27 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы маркетинга» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате освоения дисциплин: «Экономическая теория», «Основы современных образовательных технологий», «Экономика предприятия торговли», «Управление человеческими ресурсами», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Основы международного маркетинга», «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:

- 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>Общекультурные компетенции</i>		
ОК-11 – способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	основные принципы работы в команде для решения поставленных задач; особенности поведения представителей разных социальных групп и культур;
	Умеет	организовывать и участвовать в процессе работы коллектива, команды; подчинять личные интересы общей цели; адаптироваться в социуме,
	Владеет	навыками организации групповой и коллективной деятельности для достижения общих целей; осуществлением эффективного взаимодействия с представителями различных социальных групп и культур
ОК-12 – способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	основы современного маркетинга, включающие в себя базовую информацию по ряду основных вопросов; основные направления и источники необходимой информации для всестороннего изучения теоретической и практической составляющих маркетинга
	Умеет	использовать инструменты и методы маркетинга в современных рыночных условиях, в том числе с целью самообразования
	Владеет	навыками осуществления самостоятельной маркетинговой деятельности в современных рыночных условиях, на основе постоянного самообразования
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знает	основные аспекты социально-экономической сущности маркетинга; особенности методов маркетинговых исследований; основные аспекты целевого маркетинга; совокупность принимаемых решений в рамках комплекса маркетинга; основы управления маркетингом на предприятии
	Умеет	использовать полученные знания в области маркетинга в условиях работы конкретного предприятия или конкретного рынка товаров и услуг
	Владеет	навыками анализа маркетинговой среды предприятия; навыками планирования и осуществления маркетинговых исследований; навыками сегментирования рынка и разработки стратегии позиционирования на целевых сегментах рынка; навыками принятия решений в рамках комплекса маркетинга; навыками принятия решений на различных уровнях управления маркетингом

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	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.
<i>Профессиональные компетенции</i>		
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	основы потребительского поведения; основы разработки и осуществления различных видов маркетинговых исследований
	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

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций): 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 «Международный бизнес».

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 часа), практические занятия (90 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа (144 часа, 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», «Информатика», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика предприятия торговли», «Товароведение», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Основы коммерческой деятельности», «Маркетинговые исследования», «Таможенное дело», «Международные стратегии», «Международная логистика», «Международная торговля».

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, 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 компетенций):

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	<ul style="list-style-type: none"> - структуру торгово-технологических процессов на предприятии; - виды технологического оборудования, применяемого на складах; - виды логистических затрат материальных и трудовых ресурсов; - виды логистических потерь на предприятии
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии; - регулировать процессы хранения; - проводить инвентаризацию; - определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов; - учитывать и списывать потери
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами оптимизации ресурсов в функциональных областях логистики, отдельных логистических функциях; - методами управления торгово-технологическими и логистическими процессами на предприятии; - способностью моделирования логистического процесса на складе; - методами учета и списания потерь
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - способы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий; - методы закупки товаров у поставщиков; - методы продажи товаров потребителям
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий; - осуществлять закупку и продажу потребительских товаров; - применять логистический подход к оптимизации движения материального потока

	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий; - методами закупки и продажи потребительских товаров - логистическим подходом к оптимизации движения материального потока
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности в области логистики; - методы и приемы разработки проектов сфере профессиональной логистической деятельности; - программно-технические средства и информационно-коммуникационные технологии в логистике; - концепции управления предприятием с использованием ИТ
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать проекты профессиональной логистической деятельности с использованием информационных технологий; - выбрать эффективные информационные системы и технологии для поддержки принятия логистических решений
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами разработки проектов профессиональной логистической деятельности с использованием информационных технологий; - способностью применять информационные системы и технологии для поддержки принятия логистических решений;
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы проектирования в области профессиональной логистической деятельности; - цели, задачи и основные этапы реализации проектов в логистической деятельности - направления оптимизации логистических затрат в рамках реализации проектов
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять постановку целей и задач в рамках проектной деятельности; - осуществлять проектную деятельность в рамках профессиональной логистической деятельности; - управлять логистическими функциями и операциями в ходе реализации проекта
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками участия в реализации проектов в рамках профессиональной логистической деятельности; - умением осуществлять проектную деятельность в области профессиональной логистической деятельности; - способами достижения результатов при реализации проектов в области логистической деятельности
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

		<p>системах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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: кейсы-задачи, семинары-дискуссии, логистические задания, 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 «Международный бизнес».

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

Общая трудоёмкость освоения составляет 6 зачетные единицы, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (54 часов, в том числе МАО 27 часов), 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 «Основы налогообложения», «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 общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-4 способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда	Знает	основные методы сбора и обработки первичной информации
	Умеет	самостоятельно поставить задачу исследования определить необходимые этапы анализа
	Владеет	методами обработки и представления аналитической информации
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	современные технические средства и информационные технологии
	Умеет	решать коммуникативные задачи с применением современных технических средств и информационных технологий
	Владеет	широким спектром технических средств и информационных технологий для эффективной обработки информации
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 «Международный бизнес».

Учебная дисциплина «Основы налогообложения» включена в базовую часть 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), 90 часов – самостоятельная работа, в т.ч. на подготовку к экзамену - 36 часов. 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», «Экономика предприятия торговли» и позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «Основы корпоративных финансов», «Основы предпринимательства и управление бизнесом».

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. Особенности налогообложения и налогового учета НДС по экспортно - импортным.

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 углеводородного сырья (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 организацией, осуществляющей ВЭД.

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 дисциплины:

- 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, сборов и страховых взносов (характеристика применяемых налоговых ставок, налоговых вычетов и льгот; порядок исчисления и источники уплаты)

- научить студентов оптимизировать налоговую нагрузку организации, осуществляющей внешнеэкономическую деятельность.

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 общекультурные и общепрофессиональные компетенции:

<i>Код и формулировка компетенции</i>	<i>Этапы формирования компетенции</i>	
ОК - 1 – способность самосовершенствованию саморазвитию в профессиональной сфере, повышению общекультурного уровня	<i>Знает</i>	Экономическое содержание и роль налогов в государственном регулировании. Принципы и функции налогообложения. Понятие и основные элементы налоговой системы.
	<i>Умеет</i>	Применять понятийный аппарат в сфере бюджетно-налоговых отношений
	<i>Владеет</i>	Методами работы с информационными источниками и данными для принятия управленческих решений. Практическими навыками организации налогообложения в организациях, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность
ОК – 13 - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности	<i>Знает</i>	Механизм управления налогообложением в организации, в т. ч. систему взаимоотношений с налоговыми органами. Ответственность за налоговые правонарушения
	<i>Умеет</i>	Определять налоговое поле, состав налоговой отчетности в соответствии выбранным режимом налогообложения
	<i>Владеет</i>	Методиками сбора, обработки и налогового учета данных об объектах налогообложения, налоговой базе, льготах и других элементах налога.
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 в области налогов и налогообложения. Основные элементы налогообложения по федеральным, региональным налогам и сборам с организаций и физических лиц. Налоговые льготы. Особенности налогообложения экспортно – импортных операций
	<i>Умеет</i>	Самостоятельно работать с бюджетно – налоговым

		законодательством РФ как на бумажных носителях, так и в электронном виде (использование ресурсов сети Internet). Осуществлять налоговые обязательства в соответствии с выбранным налоговым режимом
	<i>Владеет</i>	Методами выбора оптимальной налоговой нагрузки экономического субъекта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы налогообложения» применяются следующие методы активного обучения:

- составление интеллект-карты;
- анализ конкретных ситуаций;
- практическое занятие –презентация .

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международные экономические отношения»

Дисциплина «Международные экономические отношения» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 (36 часов), практические занятия (54 часов, в том числе МАО 27 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 «Основы международного маркетинга», «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Транснациональные компании в международной торговле», «Таможенное дело».

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 прочесть 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, общепрофессиональные, профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное	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

пространство России и АТР		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
ОК-9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	характер и направления влияния международных экономических отношений на развитие экономики, показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятий
	Умеет	обосновывать выбор управленческих решений для организаций, осуществляющих МЭО
	Владеет	навыками принятия решений по управления деятельностью хозяйствующих субъектов при проведении валютных операций МЭО
ОК-12 способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	основные источники получения информации, необходимой для решения конкретных задач.
	Умеет	работать со специальной литературой, нормативно-законодательными актами, статистической информацией
	Владеет	приемами и методами запоминания информации и проработки специальной литературы, обработки статистических материалов
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	Знает	отечественные и зарубежные источники макроэкономической информации, схемы подготовки аналитических и финансовых обзоров и отчетов
	Умеет	используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, статистические материалы по развитию основных форм МЭО страны
	Владеет	современными средствами получения, хранения и переработки информации, методиками расчета и анализа макроэкономических и внешнеэкономических показателей
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	основные направления воздействия внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Умеет	оценить воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Владеет	инструментами, которые способны минимизировать негативное воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли

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 «Международный бизнес».

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 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, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	Знает	основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, место в системе мирового хозяйства, направления экономической политики государства;
	Умеет	ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать экономические процессы и явления, происходящие в обществе.
	Владеет	навыками применения законодательства при решении практических задач и проблем экономики, видеть их многообразие и взаимосвязь с процессами, происходящими в обществе.
ОК-9 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Знает	основные закономерности экономической жизни общества, способы решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов.
	Умеет	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций на микроуровне, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
	Владеет	методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей навыками межличностной и межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям.
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	основные подходы, инструментарий оценки и анализа источников информации;
	Умеет	проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации).
	Владеет	навыками оценки деятельности предприятия с позиции внутреннего состояния и внешнего

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		окружения, ориентируясь на макро – и микроэкономические показатели
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; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	Основные методы и способы сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
	Умеет	Применять методы и способы сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
	Владеет	Навыками сбора, хранения, обработки и оценки 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; работать с компьютером как средством управления информацией
ПК-16 - способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	знает	методы оценки, построения, расчета и анализа современной системы экономических и финансовых показателей, характеризующих деятельность хозяйственных субъектов на микроуровне
	умеет	использовать источники экономической, социальной, управленческой информации.
	владеет	методикой статистической оценки для анализа институтов современной экономики современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей

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 интеллектуальных карт, метод ситуационного анализа, круглый стол, метод сравнительного картографического анализа.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Мировая экономика»

Учебный курс «Мировая экономика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Мировая экономика» включена в состав вариативной 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, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

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

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

1. Современное мировое хозяйство, понятие, структура, субъекты и тенденции развития; глобализация мирового хозяйства; его ресурсы; современная типология стран мира; социально-экономические показатели стран; неравномерность экономического развития стран; понятие интеграции; интеграционные процессы в мировом хозяйстве, формы интеграционных объединений; Европейский Союз; международные экономические организации (системы ООН, региональные организации);

2. Система современных международных экономических отношений и их основные формы; международное движение товаров, услуг и факторов

производства; мировой рынок и его конъюнктура; современные теории международной торговли; географическая и товарная структура международной торговли; внешнеторговый баланс; ценообразование в международной торговле; государственное регулирование внешней торговли, тарифные и нетарифные методы; международное регулирование торговли; роль ГАТТ/ВТО в регулировании международной торговли; внешняя торговля России: динамика, структура и формы государственного регулирования; международный рынок услуг; международное движение капитала, сущность, структура и динамика; вывоз предпринимательского и ссудного капитала, прямые и портфельные инвестиции; государственное и межгосударственное регулирование движения капитала; транснациональные корпорации; свободные экономические зоны; иностранные инвестиции в России и их регулирование; вывоз капитала из России; кризис внешней задолженности и пути его урегулирования; международные валютно-расчетные отношения; платежный и расчетный балансы; международный рынок рабочей силы, современные формы и тенденции его развития; регулирование международной трудовой миграции; Россия в системе современных международных экономических отношений.

Цель – формирование у будущих специалистов теоретических знаний о мировой экономике 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:

- сформировать у студентов понимание сущности и структуры современного мирового хозяйства, представление о формах международных экономических отношений;
- выработать системный подход к анализу тенденций развития современных международных экономических отношений;

- дать представление о подходах к делению всемирного хозяйства на группы стран, принципах классификации стран по уровню экономического развития;
- формирование представления о месте России в мировой экономике и международных экономических отношениях;
- ознакомить с сущностью, формами проявления и подходами к решению глобальных проблем, стоящих перед человечеством.

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

- 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, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое,	Знает	основные понятия, категории и инструменты МЭ и МЭО

политическое и культурное пространство России и АТР	Умеет	выявить проблемы интеграции российской экономики в мировое хозяйство
	Владеет	определить место и роль России в современной мировой экономике и МЭО
ОК-16 владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знает	современные методы анализа и обработки мировой информации
	Умеет	воспринимать и обрабатывать информацию, полученную с международных баз данных
	Владеет	культурой мышления, методами и инструментами обобщения, анализа, восприятия информации, постановки целей и выбору путей ее достижения
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; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	законодательную базу и нормативно-законодательные документы РФ, международного права, для осуществления сбора, хранения, обработки и оценки информации
	Умеет	применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, работать с компьютером как средством управления информацией
	Владеет	информационно-коммуникационными технологиями, компьютерными программами как средством управления информацией
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	противоречия в системе современной мировой экономики и МЭО, методы изучения и прогнозирования спроса потребителей в соответствии с мировыми тенденциями во внешней торговле
	Умеет	оценить воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли

	Владеет	современными методами анализа и обработки мировой информации для определения конъюнктуры товарного рынка, методиками и инструментами экономико-математического анализа, систематизации и обобщения мировой информации
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	глобальные проблемы, стоящие перед человечеством и подходы к их решению, методы, методики и инструменты анализа, систематизации и обобщения международной информации
	Умеет	применять современные методы анализа и обработки мировой информации
	Владеет	методиками и инструментами анализа, и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Мировая экономика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, дискуссия, деловая игра.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Маркетинговые исследования»

Учебный курс «Маркетинговые исследования» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Маркетинговые исследования» включена в состав вариативной части обязательных дисциплин 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», «Основы международного маркетинга» и др.

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 «Международный бизнес» 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.

Целью - 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 (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	<ul style="list-style-type: none"> • значение маркетинговых исследований в управлении предприятием; • этапы процесса маркетингового исследования; • этапы разработки программы маркетинговых исследований; • виды исследовательских проектов. • методы проведения количественных исследований; • методы проведения качественных исследований;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • проводить количественные и качественные исследования; • формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней; • разработать программу маркетингового исследования; • разработать подход к маркетинговым исследованиям; • разработать инструментарий для сбора данных; • собирать информацию из вторичных источников; использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • приемами формирования выборки; • методами статистического анализа данных • методами проведения маркетинговых исследований; • коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований; • методами изучения поведения потребителей и способов воздействия на него • методами исследования рынка
ПК-16 - Способность	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • направления исследований факторов

оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли		внешней среды; <ul style="list-style-type: none"> показатели для исследования внешней среды; формы составления отчета об исследовании.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> отбирать факторы для оценки силы воздействия на операторов рынка; выделять тенденции развития рынков; проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы; определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> оценкой собственных возможностей фирмы, ее потенциала и конкурентоспособности; тестированием качества товара и его конкурентоспособности, изучения реакции потребителей на новый или модифицированный товар
ПК-18 - Способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	<ul style="list-style-type: none"> методы и этапы анализа конкурентной среды рынка
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> проводить анализ конкурентной среды рынка; определять угрозы и возможности внешней среды с учетом сильных и слабых сторон организации; определять потенциал рынка.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками конкурентного анализа для принятия управленческих решений
ПК-20 - Способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	<ul style="list-style-type: none"> методы статистического анализа данных;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> проводить предварительный и углубленный анализ данных; подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками маркетингового анализа 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 «Международный бизнес».

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 часа, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа (90 часов, в том числе на подготовку к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Поведение потребителей» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом», «Основы международного маркетинга», «Интернет-маркетинг», «Маркетинг инноваций».

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 – сформировать 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 - готовностью 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
ПК-12 - способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	понятие, структуру, этапы разработки проектов маркетинговой деятельности
	Умеет	разрабатывать проекты маркетинговой деятельности, учитывая поведение потребителей
	Владеет	методами исследования покупательского поведения, необходимыми для разработки маркетинговых проектов
ПК-13- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	понятие, структуру, этапы реализации проектов маркетинговой деятельности
	Умеет	реализовывать проекты маркетинговой деятельности, учитывая поведение потребителей
	Владеет	методами исследования покупательского поведения, необходимыми для реализации маркетинговых проектов
ПК-16- способностью оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	факторы внешней среды, влияющие на поведение потребителей
	Умеет	анализировать факторы внешней среды, влияющие на поведение потребителей
	Владеет	методами анализа и оценки факторов внешней среды, влияющими на поведение потребителей
ПК-17-способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	Знает	содержание поведения потребителей экономических благ, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках
	Умеет	анализировать поведение потребителей экономических благ, формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках
	Владеет	методами анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Поведение потребителей» применяются следующие методы активного/

интерактивного обучения: дискуссия, коллоквиум, тест, проект, кейс-задача, реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия»

Учебный курс «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 6 зачётных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часа, в том числе МАО 27 часов), самостоятельная работа студента (126 часов, в том числе подготовка к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы налогообложения», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы маркетинга», «Экономическая статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Маркетинговые коммуникации», «Управление маркетингом».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: нормативно-правовая база стандартизации, метрологии, подтверждения соответствия; техническое регулирование в РФ; основные средства измерений, виды погрешностей; государственный контроль и надзор за соблюдением требований технических регламентов; основные принципы и методы стандартизации; особенности подтверждения соответствия продукции; порядок проведения аккредитации; сертификация систем качества и производств.

Цель – приобретение теоретических знаний в области стандартизации,

метрологии, подтверждения соответствия, получение практических навыков работы с различными видами правовой и нормативной документации, формирование культуры работы в информационных системах с целью организации поиска нормативных документов, регламентирующих требования к продукции, отработка методов проведения измерений, обработка данных, анализ результатов испытаний и подготовка проекта документов о качестве продукции.

Задачи:

- эффективное осуществление входного контроля качества исходных материалов, производственного контроля параметров технологических процессов, качества готовой продукции;
- проведение сертификационных испытаний исходных материалов и готовой продукции;
- использование методов технического контроля и испытания продукции, анализ причин брака;
- организация технического контроля и управления качеством производимой продукции;
- проведение теоретических и экспериментальных исследований объектов деятельности;
- разработка технической и нормативной документации;
- разработка мероприятий по внедрению новых технических решений;
- проектная деятельность;
- разработка проектных решений.

Для успешного изучения дисциплины «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях;

- способность применять знания естественнонаучных дисциплин для организации торгово-технологических процессов и обеспечения качества и безопасности потребительских товаров;
- знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество;
- знание методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь;
- умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации;
- системное представление о правилах и порядке организации и проведения товарной экспертизы, подтверждения соответствия и других видов оценочной деятельности.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	экономические методы построения моделей фирмы и рынка, используемых для количественных прогнозов.
	Умеет	применять методы и теоретический инструментарий изучения явлений и процессов экономической жизни, выявлять способы и средства решения экономических проблем.
	Владеет	методологией экономического исследования, информацией для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или	Знает	нормативно-правовую базу в области товароведения
	Умеет	осуществлять поиск и ориентироваться в нормативно-правовой базе, необходимой для товароведной деятельности

маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Владеет	навыками работы с нормативно-правовой базой при осуществлении товароведной деятельности
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-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	принципы эффективного управления торгово-технологическими процессами на предприятии
	Умеет	обеспечивать необходимый уровень качества товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии
	Владеет	навыками управления качеством товаров при осуществлении торгово-техно-логических процессов на предприятии
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

«Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия (семинар-обсуждение, «мозговой штурм»), реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы коммерческой деятельности»

Учебный курс «Основы коммерческой деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 27 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», «Основы менеджмента», «Логистика» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Конъюнктура мировых товарных рынков».

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 в 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 пользоваться нормативными документами в профессиональной деятельности;
- 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 - умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	законодательные и нормативные акты по организации внутренней и внешней торговли
	Умеет	пользоваться нормативными документами в управлении торговыми предприятиями
	Владеет	навыками организации коммерческих операций с учетом законодательных и нормативных актов
ОПК-4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для	Знает	порядок сбора, хранения и оценки коммерческой информации с учетом закона о коммерческой тайне и ее транспарентности

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	Умеет	выбирать и сохранять необходимую информацию для принятия коммерческих решений
	Владеет	методами оценки информации и методами принятия коммерческих решений на основе достоверной информации
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-8 - готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	современные требования к организации качества товаров
	Умеет	организовать высокое качество торгового обслуживания на предприятии
	Владеет	современными методами, такими как всеобщий менеджмент качества для организации торгового процесса
ПК-22 - способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	современные подходы к оценке рыночной ситуации и современные направления развития торгового бизнеса
	Умеет	формулировать бизнес-идеи с учетом ситуации на рынке и применять их в деятельности торгового предприятия
	Владеет	современными методами организации работы торгового предприятия

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 «Маркетинговые коммуникации»

Учебный курс «Маркетинговые коммуникации» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» 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 (72 часа, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Интернет-маркетинг», «Маркетинг инноваций», «Конъюнктура мировых товарных рынков». Особенностью данного курса является оригинальный подход к изложению лекционного материала с включением лучших маркетинговых практик в области продвижения российских и зарубежных компаний. Данный курс является необходимым «фундаментом» для понимания основ таких процессов как брендинг, позиционирование, маркетинг отношений и проч., что выгодно отличает данную дисциплину от других дисциплин учебного плана.

Содержание дисциплины состоит из шести разделов и охватывает следующий круг вопросов: понятие, сущность, элементы, современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций; виды маркетинговых коммуникаций; субъекты рекламного рынка и типология рекламных агентств; маркетинговые исследования в рекламе; сущность, функции, цели и классифика-

ция рекламы; основные рекламные модели, медиаканалы и требования к рекламе; методы формирования рекламного бюджета; методы оценки эффективности рекламы; этапы проведения рекламной кампании; понятие, цели, основные направления PR; особенности личной продажи; понятие, основные цели и задачи стимулирования; взаимосвязь объекта воздействия и методов СТИС (продаж).

Цель изучения дисциплины заключается в подготовке студентов к выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинговых коммуникаций в интересах как потребителей, так фирмы и общества в целом (подход к изучению дисциплины базируется на принципах холистического маркетинга).

Задачи:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных элементов маркетинговых коммуникаций;
- научить студентов разрабатывать целостные программы маркетинговых коммуникаций с использованием средств рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта, прямого и вирусного маркетинга и проч.;
- научить студентов применять методы оценки эффективности инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом цифровых метрик продвижения.

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

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

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные / профессиональные 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 учетом основных требований информационной безопасности	Знает	– базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций
	Умеет	– характеризовать параметры целевой аудитории
	Владеет	– методами разработки рекламных продуктов
ОПК–3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	– приемы и средства рекламы, стимулирования сбыта, PR, личных продаж и прямого маркетинга
	Умеет	– выбирать эффективные методы продвижения фирмы в интересах потребителя, фирмы и общества в целом
	Владеет	– методами исследования рекламной деятельности конкурентов
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	– подходы к разработке инновационных программ маркетинговых коммуникаций
	Умеет	– разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций с использованием современных и малобюджетных средств продвижения
	Владеет	– инструментами формирования спроса и стимулирования сбыта потребителей
ПК–12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или реклам-	Знает	– подходы к проектной работе в области маркетинговых коммуникаций
	Умеет	– работать в команде для решения целевых задач в сфере маркетинговых

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий		коммуникаций
	Владеет	– навыками презентации проектов в сфере маркетинговых коммуникаций
ПК–13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	– подходы к ведению деловых переговоров
	Умеет	– оценивать эффективность комплекса продвижения
	Владеет	– навыками защиты проектов в сфере маркетинговых коммуникаций

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговые коммуникации» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловые игры, кейсы, практические/ситуационные задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Таможенное дело»

Учебный курс «Таможенное дело» предназначен для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

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 «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Основы налогообложения», «Логистика», «Международные экономические отношения» и позволяет подготовить студентов к изучению таких дисциплин как «Международная логистика» и «Создание и выведение на рынок новых товаров».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 умение пользоваться	Знает	нормативно-правовую базу в области таможенного дела

нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Умеет	осуществлять поиск и ориентироваться в нормативно-правовой базе при подготовке пакета документов для таможенного оформления товаров и транспортных средств
	Владеет	навыками работы с нормативно-правовой базой
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	перечень требований к пакету документов необходимому для осуществления международных перевозок и целей таможенного оформления товаров и транспортных средств, установленных российским и международным законодательством
	Умеет	подготавливать пакет документов необходимый для осуществления международных перевозок и целей таможенного оформления товаров и транспортных средств, проверять правильность оформления документации
	Владеет	навыками оформления конкретных видов документов, сопровождающих поставку, в соответствии с профилем деятельности компании и полномочиями конкретного лица
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	порядок возврата и замены некачественного товара, документального оформления для таможенных целей
	Умеет	подготавливать пакет документов необходимый для осуществления возврата и замены товара и целей их таможенного оформления
	Владеет	навыками оформления конкретных видов документов, сопровождающих поставку, в соответствии с полномочиями конкретного лица и требованиями законодательства
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 «Управление маркетингом»

Учебный курс «Управление маркетингом» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль "Международный бизнес"

Дисциплина «Управление маркетингом» 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 час., в том числе МАО 54 часа), самостоятельная работа студента (108 час., в том числе 27 часов на подготовку к экзамену и 36 часов курсовая работа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Управление маркетингом» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Fundamentals of Internatoinal Business (Основы международного бизнеса)», «Международные стратегии», «Конъюнктура мировых товарных рынков», «Маркетинг инноваций», «Стратегический глобальный маркетинг» .

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов: сущность маркетингового управления; теория потребностей и ее роль и место в маркетинговом управлении; совокупность стратегических решений в рамках управления маркетингом; оценка конкурентоспособности объектов; разработка стратегии маркетинга; управление ассортиментом; управление сбытом; управление ценообразованием; стратегические решения в области продвижения; маркетинговое планирование; организация службы маркетинга на предприятии, планирование и контроль маркетинга.

Цель - формирование у слушателей системы знаний по управлению маркетингом и практических навыков и умений, необходимых для осуществления управления маркетинговой деятельностью на предприятии

Задачи:

- овладеть понятийным аппаратом и современной терминологией в области управления маркетингом;
- повысить эффективность практической деятельности слушателя и способствовать успешному последующему применению полученных знаний;
- рассмотреть эволюцию концепций маркетингового управления и современные тенденции;
- рассмотреть систему управления с учетом принципов и методов управления маркетингом;
- рассмотреть основные этапы процесса управления маркетинговой деятельностью предприятия;
- рассмотреть теоретические и практические аспекты маркетингового планирования, структуру плана маркетинга и процесс его разработки.

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

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

- способностью 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;

- 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;

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия в области управления маркетингом - основные этапы процесса управления маркетингом организации - элементы системы управления маркетингом организации - систему стратегий организации
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать маркетинговую среду предприятия и конъюнктуру рынка - анализировать рыночные показатели и рыночные возможности предприятия; - оценивать потенциальные возможности фирмы; - разрабатывать стратегию маркетинга и маркетинговую программу для предприятия
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - инструментами стратегического анализа (отраслевого, конкурентного и ситуационного) - методами и средствами разработки стратегий организации
ПК-12	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - виды инноваций, процесс их разработки и внед-

<p>способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>		<p>рения</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию информационных систем для оптимизации маркетинговой деятельности - модели поведения индивидуальных и корпоративных потребителей
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - принимать всесторонне обоснованные управленческие решения в области маркетинговой деятельности - разрабатывать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия - разрабатывать программу маркетинга для предприятия - исследовать поведение потребителей
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа эффективности бизнес-процессов предприятия в области маркетинговой деятельности - навыками разработки профессиональных проектов с использованием информационных технологий - навыками моделирования поведения потребителей
<p>ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-ведной)</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - типологию организационных структур маркетинга - сущность маркетинг-контролинга (контроля и аудита) и виды контроля маркетинга - процесс координации в системе маркетинг-контролинга
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять все виды контроля и аудита в сфере маркетинга - разрабатывать систему контроля маркетинга предприятия
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования организационных структур маркетинга, ориентированных на реализацию профессиональных проектов
<p>ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - виды конкуренции и природу конкурентных сил на рынке - процесс конкурентного анализа - влияние конкурентной среды на конкурентоспособность предприятия
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать конкурентную среду - оценивать конкурентоспособность объектов
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - инструментами анализа конкурентной среды рынка - методами оценки конкурентоспособности объектов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление маркетингом» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: кейс-задачи и разноуровневые задачи и задания

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы международного маркетинга»

Учебный курс «Основы международного маркетинга» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Международный маркетинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоёмкость дисциплины «Основы международного маркетинга» – 180 часов (5 зачётных единиц). Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (54 часов, в том числе МАО – 36 час.), самостоятельная работа (90 часов, в том числе на подготовку к экзамену 27 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы международного бизнеса», «Стратегический глобальный маркетинг», «Конъюнктура мировых товарных рынков».

Содержание дисциплины состоит из одного раздела и охватывает следующий круг вопросов:

- Современная система международных экономических отношений и место международного маркетинга в ней. Анализ международной маркетинговой среды.
- Международные маркетинговые исследования. Особенности сегментации зарубежных рынков.
- Ценообразование в международном маркетинге. Международные коммуникационные стратегии.

- Международный маркетинг в системе производственной и коммерческой деятельности современной фирмы и тенденции его развития.
- Международный маркетинг компании и обоснование выбора системы товародвижения в рамках эффективной товарной стратегии. Международная конкуренция. Конкурентоспособность международных фирм.

Цель курса состоит в том, чтобы подготовить студентов к эффективному управлению деятельностью внешнеторговых и экспортоориентированных фирм на мировых товарных рынках, используя международный маркетинг как концепцию управления.

Задачи, решаемые в рамках курса:

- Формирование у студентов системы теоретических знаний и умения их использовать в практической деятельности по исследованию мировых товарных рынков, управлению ассортиментом, сбытом, рекламой в отдельных сегментах.

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

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью;
- 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 проводить анализ конкурентной среды рынка.

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

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

компетенции		
<p>ОПК-4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку маркетинговой информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельности; применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • современные методы сбора, анализа, обработки и оценки маркетинговой информации, необходимой при организации международного маркетинга; • теоретические основы маркетинговых исследований на международном рынке;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • работать с компьютером как средством управления информацией; • применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой при организации международного маркетинга; • проводить исследования на международном рынке; • выявлять потребности и предпочтения покупателей, используя современные информационно-коммуникационные методы исследований; • выявлять новые рыночные возможности изучения и прогнозирования спроса;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методиками оценки формирования информационного обеспечения и технологий для формирования стратегии выхода компании на международные рынки; • методиками проведения маркетинговых исследований на международном рынке;
<p>ОПК-3 - умение пользоваться нормативными документами в деятельности связанной международным маркетингом, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • нормативные документы, регламентирующие профессиональную деятельность в области международного маркетинга;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • пользоваться нормативными документами, регламентирующими международный маркетинг;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методами изучения и анализа нормативной документации, регламентирующей международный маркетинг;
<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"> • теоретические основы проектной деятельности и их применение в области международного маркетинга с использованием информационных технологий;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проект в области международного маркетинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методиками проектной деятельности и бизнес-анализа в условиях рыночной экономики;

ПК-13 - готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> теоретические основы реализации проектов в области международного маркетинга с использованием информационных технологий;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> организовать проект в области международного маркетинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> методиками реализации проектов в области международного маркетинга;
ПК-16 - способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	<ul style="list-style-type: none"> теоретические основы оценки конкурентной среды на международном рынке; теоретические основы проведения SWOT и PEST-анализа на международном рынке;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> оценивать конкурентную среду и выбирать стратегию маркетинга на международном рынке;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> методиками конкурентного анализа на международном рынке; методиками анализа макро и микросреды компании на международном рынке; методиками кросс-культурных подходов для анализа конъюнктуры товарного рынка и удовлетворения потребностей потребителей;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы международного маркетинга» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловые игры, ситуационные задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международная логистика»

Учебный курс «Международная логистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Международная логистика» включена в вариативную часть блока «Дисциплины (модули)».

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

Дисциплина «Международная логистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин как «Логистика», «Международные экономические отношения», «Основы коммерческой деятельности», «Таможенное дело», «Основы международного маркетинга», «Транснациональные компании в международной торговле», «Основы предпринимательства и управление бизнесом» «Основы международного бизнеса» и позволяет подготовить студента к преддипломной практике и написанию выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: тенденции развития рынка международных логистических услуг, социально-экономические и организационные аспекты формирования международной логистики, классические подходы к формированию логистических систем на международном уровне, основные международные соглашения в области перевозок морским, железнодорожным, воздушным транспортом, международные схемы перевозок, международные правила, соглашения и конвенции перевозки грузов через границы государств, методы

государственного таможенно-тарифного и нетарифного регулирования ВЭД и др.

Цель - вооружить студентов знаниями и навыками управления материальными потоками в сфере международного бизнеса, обучить будущих специалистов основам, принципам, подходам и методам международной логистики в объеме и аспектах теории и практики развития этого направления в нашей стране и за рубежом.

Задачи:

- знакомство с историческими и социально-экономическими аспектами формирования, развития и распространения международной логистики;
- изучение методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности, ознакомление с международными правилами и основными соглашениями перевозки коммерческих и некоммерческих грузов;
- освоение характерной специфики внешнеторговых операций, правового, таможенного, страхового, коммерческого и сервисного обеспечения международных перевозок;
- получение профессиональных знаний и деловых навыков по современным логистическим технологиям внешнеторговых перевозок различными видами транспорта;
- Развитие практических навыков проведения внешнеторговых операций на базе использования логистических принципов, выбора транспортных средств, маршрутов перевозки;
- приобретение опыта использования основных инструментов, технических приемов, способов и методов организации обеспечения логистических услуг участников ВЭД;

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

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;
- способностью оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли;
- способностью находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли;

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	нормативные документы, используемые в своей профессиональной логистической деятельности; знает Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности», Закон РФ «О таможенном тарифе», Закон РФ «Об экспортном контроле», Закон РФ «О валютном регулировании и валютном контроле»; знает положения и термины Инкотермс 2010 и возможные виды отгрузок.
	Умеет	Умеет применять нормативные документы, используемые в своей профессиональной логистической деятельности; осуществлять контроль за импортом в РФ, экспортом из РФ, валютный контроль; использовать методы осуществления импортного, экспортного и валютного контроля; применять термины Инкотермс 2010.
	Владеет	умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной логистической деятельности, владеет законодательными основами регулирования внешнеторговой деятельности»; методами государственного: таможенно-тарифного и нетарифного регулирования ВЭД; терминами Инкотермс 2010.
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой,	Знает	основные тенденции развития международного рынка логистических услуг; основные классические подходы к формированию логистических систем на международном уровне; современные информационные системы и программные продукты.

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	Умеет	осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; использовать современные информационные системы для обработки данных, работать с компьютером как средством управления информацией
	Владеет	принципами логистического управления в сфере международного бизнеса; умением производить выбор и использование современных информационных систем для обработки данных; владеет навыками работы с компьютером как средством управления информацией
ПК- 12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	основы проектной деятельности в области логистики; методы и приемы разработки проектов сфере профессиональной логистической деятельности; программно-технические средства и информационно-коммуникационные технологии в логистике; концепции управления предприятием с использованием ИТ
	Умеет	разрабатывать проекты профессиональной логистической деятельности с использованием информационных технологий; выбирать эффективные информационные системы и технологии для поддержки принятия логистических решений
	Владеет	способами реализации международных логистических стратегий; способами разработки проектов профессиональной и логистической деятельности с использованием информационных технологий.
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	основы проектирования в области профессиональной логистической деятельности; цели, задачи и основные этапы реализации проектов в логистической деятельности; направления оптимизации логистических затрат в рамках реализации проектов
	Умеет	осуществлять постановку целей и задач в рамках проектной международной логистической деятельности; осуществлять проектную деятельность в рамках профессиональной международной логистической деятельности; управлять логистическими функциями и операциями в ходе реализации проекта
	Владеет	навыками участия в реализации проектов в рамках профессиональной международной логистической деятельности; умением осуществлять проектную деятельность в области профессиональной международной логистической деятельности; способами достижения результатов при реализации проектов в области международной логистической деятельности
ПК – 15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и	Знает	виды логистических схем и цепей, состав основных отгрузочных документов, подтверждающих факт отгрузки, перевозки, страхования товарного груза; порядок определения таможенной стоимости товара и действия с товарами двойного назначения;

ИЗЫСКИВАТЬ ОПТИМАЛЬНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ		состав и структуру издержек международной логистики.
	Умеет	управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы; осуществлять оптимизацию схем перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации при осуществлении экспортных, импортных и транзитных операций; формирование логистических цепей поставок в сфере международной торговли.
	Владеет	способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы; владеет методами оптимизации схем перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации при осуществлении экспортных, импортных и транзитных операций; способностью производить оптимизационные логистические расчеты для выбора оптимальных вариантов решения проблем международной логистики.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Международная логистика» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные логистические задачи), тестирование, индивидуальные творческие задания.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Fundamentals of International Business
(Основы международного бизнеса)»

Учебный курс «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» 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 (54 часа, в том числе МАО 54 часа), самостоятельная работа студентов (198 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Мировая экономика», «Международные экономические отношения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международная логистика», «Маркетинг инноваций»; подготовить к прохождению технологической и преддипломной практик.

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

1. Роль предпринимательства в создании международного бизнеса, степень интеграции бизнеса в глобальную экономику, уровни бизнеса: от местного до международного и глобального,
2. Проблемы и вызовы глобализации, факторы, влияющие на расширение масштабов бизнеса, политические, экономические и культурные

факторы внешней среды бизнеса, глобальные и международные компании: роль в формировании современного рынка.

Цель – формирование у студентов системного представления о принципах ведения бизнеса в условиях современных экономических процессов и тенденций.

Задачи:

- формирование знаний теоретических основ ведения бизнеса в условиях глобализации экономики и бизнеса;
- изучение современных подходов к организации практической деятельности различных субъектов экономических отношений интегрирования в международную среду;
- изучение вопросов реализации бизнес-проектов в международном масштабе;
- изучение возможностей и способов управления проектами и проектными командами в условиях глобализации экономики.

Для успешного изучения дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- 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; работать с компьютером как средством управления информацией.

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

компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знает	теоретические основы проектной деятельности
	Умеет	применять основные инструменты для создания презентации и модели проекта
	Владеет	навыками использования современных технологий для реализации идей в сфере проектов профессиональной деятельности
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знает	тенденции международного рынка в условиях глобализации экономики
	Умеет	квалифицированно применять навыки и умения в области проектной деятельности с учетом международного характера бизнеса
	Владеет	широким спектром инструментов для реализации проектов в области профессиональной деятельности
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	требования и методы оценки степени воздействия внешней среды
	Умеет	выявлять степень влияния факторов внешней среды на функционирование организаций
	Владеет	инструментарием для управления факторами внешней среды организации
ПК-22 способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	основные признаки наличия рыночных возможностей
	Умеет	использовать соответствующие методы для обретения и реализации бизнес-идеи
	Владеет	навыками для проведения системного анализа в области оценки рынка
ПК-23 способность оценивать	Знает	основные факторы и инструменты для оценки социо-экономических показателей

экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Умеет	эффективно презентовать результаты полученных оценок
	Владеет	аналитическими навыками для выявления наиболее конкурентоспособных бизнес-идеи и соответствующей бизнес-среды для их реализации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: кейс-стади, мозговой штурм.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Транснациональные компании в международной торговле»

Учебный курс «Транснациональные компании в международной торговле» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Транснациональные компании в международной торговле» 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 18 часов), самостоятельная работа студента (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Транснациональные компании в международной торговле» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Экономическая география и регионалистика», «Мировая экономика», «Международные экономические отношения» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Основы международного маркетинга», «Международная логистика», «Международные стратегии», «Международная торговля», «Создание и выведение на рынок новых товаров».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие транснациональных корпораций, их структура и участие в международной торговле, методы анализа деятельности ТНК на мировом рынке, регулирование деятельности ТНК; особенности работы ТНК на рынках разных стран.

Цель – рассмотрение теоретических положений и практических вопросов функционирования транснациональных корпораций в мировой торговле.

Задачи:

- формирование теоретических знаний о роли и месте ТНК в условиях глобализации и транснационализации мировой экономики;
- раскрытие роли ТНК в мировой торговле;
- изучение взаимодействия ТНК с национальными экономиками;
- формирование знаний и влияния ТНК на экономические и политические процессы, протекающие в международном масштабе, плюсах и минусах этих процессов;
- изучение внутренних трансфертных цен как отличительной черты конкурентоспособности современных ТНК;
- определение роли ТНК в различных моделях экономического развития,
- знание подходов к оценке результатов деятельности ТНК.

Для успешного изучения дисциплины «Транснациональные компании в международной торговле» 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 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); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	основные методы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) в рамках ТНК
	Умеет	применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) в рамках ТНК
	Владеет	навыками работы с компьютером как средством управления информацией, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) в рамках ТНК
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические	Знает	основные методы разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий в рамках ТНК
	Умеет	разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) в рамках ТНК с использованием информационных технологий

процессы) с использованием информационных технологий	Владеет	навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий в рамках ТНК
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	Знает	основные этапы реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) в рамках ТНК
	Умеет	обосновывать оптимальные варианты принятия решений при реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) в рамках ТНК
	Владеет	навыками участия в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) в рамках ТНК
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	все аспекты воздействия внешней среды на функционирование ТНК сферы торговли и методы их оценки
	Умеет	применять методы оценки воздействия внешней среды на функционирование ТНК сферы торговли
	Владеет	способностью оценивать воздействие внешней среды на функционирование ТНК сферы торговли
ПК- 23 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	основные методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в рамках ТНК
	Умеет	применять методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в рамках ТНК
	Владеет	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности в рамках ТНК

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия, кейс-задачи.

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 «Международный бизнес».

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 «Товароведение», «Логистика», «Основы маркетинга» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые коммуникации», «Основы международного маркетинга», «Международная логистика».

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

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях, в т.ч. для международных образовательных программ – на английском языке;
- способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;
- способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

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

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ОК-12 способность к самоорганизации и самообразованию	Знает	методы самоорганизации и самообразования
	Умеет	использовать методы самоорганизации и самообразования в профессиональной деятельности
	Владеет	способностью к самоорганизации и самообразованию
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области	Знает	методы реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)

профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	Умеет	участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)
	Владеет	способностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)
ПК-22 способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	новые рыночные возможности и бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
	Умеет	формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
	Владеет	способностью находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
ПК-23 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	методы экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Владеет	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
ПК-24 способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	Знает	сущность социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами
	Умеет	обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами
	Владеет	способностью обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами

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 «Международный бизнес».

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-14 способностью 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 «Стратегический глобальный маркетинг»

Учебный курс «Стратегический глобальный маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Стратегический глобальный маркетинг» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетные 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 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Стратегический глобальный маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Основы международного маркетинга», «Деятельность международных компаний в глобальной среде», «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Международная торговля», «Международная логистика», «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международная логистика», «Маркетинг инноваций».

Содержание дисциплины состоит из десяти тем и охватывает следующий круг вопросов: концепция глобального маркетинга, информационное обеспечение глобального маркетинга, анализ международной маркетинговой среды, маркетинговые стратегии и организационные формы международного предпринимательства, оценка привлекательности и способы вхождения фирм на международные рынки, разработка международных маркетинговых программ, товарная политика в

глобальном маркетинге, ценовая политика в глобальном маркетинге, сбытовая политика в глобальном маркетинге, коммуникационная политика в глобальном маркетинге.

Цель – формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков, нацеленных на эффективное стратегическое управление деятельностью внешнеторговых и экспортоориентированных фирм на глобальных товарных рынках, используя глобальный маркетинг как концепцию управления.

Задачи:

1. Изучить концепции глобального маркетинга;
2. Получить навыки разработки и стратегического управления комплексом глобального маркетинга;
3. Получить навыки выбора и реализации наиболее эффективных стратегий проникновения на глобальный рынок.

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

- ✓ способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- ✓ способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- ✓ способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- ✓ способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ✓ способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов;

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

✓ 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	стратегии проникновения на рынок, маркетинговые стратегии, товарные стратегии, ценовые стратегии, сбытовые стратегии, стратегии продвижения
	Умеет	анализировать ситуацию, сравнивать альтернативные решения, оценивать условия и последствия решений
	Владет	способностью предложить организационно-управленческие решения и оценить условия и последствия принимаемых решений
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций/предприятий сферы торговли	Знает	факторы внешней среды предприятия, методы анализа внешней среды предприятия
	Умеет	умеет использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате анализа внешней среды
	Владет	способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии предприятия
ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	теоретические основы анализа конкурентной среды рынка
	Умеет	проводить анализ конкурентной среды рынка
	Владет	способностью проводить анализ конкурентной среды рынка
ПК-23 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

	Владеет	способностью оценивать экономические и социальные условия деятельности предприятия
--	---------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговые стратегии» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, дискуссии, составление интеллект-карт, проекты, коллоквиумы, кейс-задачи.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международные стратегии»

Учебный курс «Международные стратегии» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Международные стратегии» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

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

Дисциплина «Международные стратегии» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Основы международного маркетинга», «Деятельность международных компаний в глобальной среде», «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Международная торговля», «Международная логистика», «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международная логистика», «Маркетинг инноваций».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов: стратегии выхода на международный рынок (экспортные стратегии, промежуточные стратегии проникновения, иерархические стратегии, стратегии международного подряда), глобальная электронная коммерция (типы продуктов, принципы развития электронного бизнеса, законодательная среда электронной коммерции).

Цель изучения учебного курса «Международные стратегии» заключается в формировании у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков, позволяющих эффективно осуществлять анализ и мониторинг различных международных стратегий, участвовать в их разработке.

Задачи:

1. Изучить весь комплекс институциональных мероприятий, направленных на обеспечение проникновения на международный рынок.
2. Изучить подходы к выбору стратегии проникновения на международный рынок.
3. Получить навыки выбора наиболее эффективной международной стратегии для предприятия в зависимости от его вида деятельности.

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

- ✓ способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- ✓ способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- ✓ способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- ✓ способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ✓ способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	стратегии проникновения на рынок, подходы к выбору стратегии проникновения, факторы, подлежащие рассмотрению при выборе стратегии проникновения, критерии выбора стратегии проникновения
	Умеет	анализирует ситуацию, сравнивает альтернативы решения, оценивает условия и последствия решений
	Владеет	способностью предложить организационно-управленческие решения и оценить условия и последствия принимаемых решений
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций/предприятий сферы торговли	Знает	факторы внешней среды предприятия, методы анализа внешней среды предприятия
	Умеет	умеет использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате анализа внешней среды
	Владеет	способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии предприятия
ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	теоретические основы анализа конкурентной среды рынка
	Умеет	проводить анализ конкурентной среды рынка
	Владеет	способностью проводить анализ конкурентной среды рынка
ПК-23 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Владеет	способностью оценивать экономические и социальные условия деятельности предприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговые стратегии» предусмотрено изучение теоретического и практического курса. Курс представлен двумя разделами, в рамках которых рассматриваются стратегии выхода на международный рынок и глобальная электронная коммерция.

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 «Международный бизнес».

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 «Конъюнктура мировых товарных рынков», «Международные стратегии».

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 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); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности в области управления ассортиментом торговой организации основные методы и средства получения, хранения, переработки информации.
	Умеет	работать с массивом документов проводить обработку и оценку информации, необходимой в области управления ассортиментом торговой организации
	Владеет	навыками работы с компьютером как средством управления информацией в области управления ассортиментом торговой организации методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование	Знает	специфику проведения оценки воздействия внешней среды на функционирование компаний, работающих в сфере международного бизнеса на рынках стран АТР

организаций / предприятий сферы торговли	Умеет	интерпретировать результаты, полученные в ходе оценки воздействия внешней среды на функционирование международных компаний на рынках стран АТР
	Владеет	методами оценки воздействия внешней среды на функционирование международных компаний на рынках стран АТР
ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	методы анализа рынков, инструменты экономического обоснования решений на базе знания конъюнктуры мирового рынка
	Умеет	анализировать и обобщать наиболее экономически значимые тенденции международной конкурентной среды
	Владеет	методами анализа зарубежных рынков, в т.ч. и на рынках стран АТР с учетом конкурентов
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления на основе данных отечественной и зарубежной статистики
	Умеет	использовать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, анализировать и интерпретировать полученную информацию
	Владеет	современными методами сбора и обработки экономической информации, приемами анализа экономических явлений и процессов на основе данных отечественной и зарубежной статистики

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 «Международный бизнес».

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), 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 «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая география и регионалистика», «Международные экономические отношения», «Мировая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международная торговля», «Конъюнктура мировых товарных рынков», «Международные стратегии».

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, 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:

- 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 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); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией	Знает	источники информации о социально-экономическом развитии стран и конъюнктуре международных рынков, динамике и структуре международной торговли
	Умеет	осуществлять сбор, обобщение и систематизацию информации о состоянии глобального и региональных товарных рынков, проводить их состояния и развития
	Владеет	навыками обработки информации о социально-экономическом развитии стран и состоянии мирового и региональных товарных рынков с помощью компьютерных программ

ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	особенности социально-экономического развития стран АТР и факторы их определяющие, как на уровне страны, так и глобального характера
	Умеет	провести сбор и обработку информации о системе государственного регулирования деятельности субъектов, хозяйствующих на различных рынках стран АТР
	Владеет	навыками анализа и прогноза международной торговли и внешней торговли страны
ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	динамику и структуру ВВП и внешней торговли стран АТР, их экспортную специализацию
	Умеет	анализировать ситуацию и оценивать условия осуществления хозяйственной деятельности на товарных рынках стран АТР
	Владеет	методами и инструментами сбора и обработки информации о состоянии мирового и регионального рынков
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	систему показателей, характеризующих социально-экономическое положение и внешнюю торговлю страны, международную торговлю
	Умеет	обрабатывать данные международной и государственной статистики, делать соответствующие выводы
	Владеет	сбора и анализа данных о состоянии экономики, внешней торговли стран АТР, международной торговли в мире и в регионе

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 «Международный бизнес».

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 18 часов), 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 к прохождению практики по получению профессиональных умений и опыта в проектной деятельности, преддипломной практики, государственной итоговой аттестации.

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	
ОПК-2 – способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	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	навыками формирования целей, задач и поиска их достижения; методами статистического анализа социально-экономических показателей.
ПК-14 – способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	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.
ПК-19 – способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	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.
ПК-20 – способностью применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	методики сбора и обработки экономических и показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
	Умеет	анализировать исходные данные; применять различные методы сбора и обработки данных
	Владеет	методами анализа, систематизации и обобщения данных.

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 «Международный бизнес».

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 18), самостоятельная работа (72 часа). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Математика клиентоориентированности» основывается на знаниях дисциплины «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 дисциплины: приобретение теоретических знаний и технологических навыков, необходимых для эффективного принятия (выбора) управленческих решений, необходимых для достижения целей профессиональной социально-экономической деятельности.

Основные 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-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
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Знает	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
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-	Знает	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих социально-экономические процессы деятельности субъектов хозяйствования
	Умеет	анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о

экономических процессах и явлениях		социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
	Владеет	современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных
ПК-20 способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	методы и инструменты количественного и качественного анализа конъюнктуры международных товарных рынков
	Умеет	использовать методы и инструменты количественного и качественного анализа для проведения прикладных исследований в сфере международной торговли
	Владеет	навыками прогнозирования и моделирования изменений конъюнктуры международных товарных рынков

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 «Международный бизнес».

Дисциплина «Интернет-маркетинг» включена в состав вариативной 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 36 часов), самостоятельная работа студента (180 час., 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», «Маркетинговые коммуникации», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг инноваций» и «Создание и выведение на рынок новых товаров».

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 общепрофессиональные и профессиональные

компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - требования к рекламным материалам сервисов контекстной рекламы - условия оказания рекламных услуг
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать эффективные рекламные объявления контекстной рекламы на основе исследования
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками размещения рекламных кампаний в Интернет с соблюдением требований и условий издателей (сервисов контекстной рекламы, баннерной рекламы и др.)
<p>ОПК-4 способностью 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, или 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 - основы контекстной рекламы (форматы и принципы) - сервисы контекстной рекламы - сущность SEM (Search Engine Marketing) - принципы функционирования видео-порталов - основы рекламы на видео-порталах - 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 - разрабатывать эффективное рекламное объявление для контекстной рекламы - 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 разработки рекламного объявления, совокупности ключевых слов - навыками управления каналом предприятия на YouTube - навыками формирования сообщества на YouTube - разрабатывать рекомендации по продвижению в

		социальных сетях - определять целевые соцсети для продвижения объектов
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	Знает	- ключевые показатели эффективности Интернет-рекламы
	Умеет	- оценивать эффективность Интернет-рекламы
	Владеет	- методами и средствами оценки эффективности Интернет-рекламы
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	- эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов;
	Умеет	- идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга
	Владеет	- навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;
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	- содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции
	Умеет	- анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели)
	Владеет	- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны

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 "Международный бизнес"

Дисциплина «Электронная коммерция» включена в состав вариативной 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 36 часов), самостоятельная работа студента (180 час.), в том числе 36 часов на подготовку к экзамену. 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», «Маркетинговые коммуникации», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг инноваций» и «Создание и выведение на рынок новых товаров».

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.

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и уме-

ний 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:

знать:

- основные понятия в области основ маркетинга;
- понятия в области инновационного маркетинга;
- математические методы моделирования;
- компьютерные технологии и основные направления их использования в профессиональной деятельности;

- психологические свойства личности и их роль в профессиональной деятельности;

уметь:

- применять математические методы в моделировании маркетинговой деятельности;

- использовать знания психологии и этики в профессиональной деятельности;

- применять компьютерные технологии в профессиональной деятельности на продвинутом уровне;

владеть:

- методами математического моделирования;

- умениями практически применять знания о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности;

- компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и 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	Знает	- формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами
	Умеет	- проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки
	Владеет	- методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе
ПК-2 способностью осуществлять управление	Знает	- уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга

торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери		- основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов;
	Умеет	- идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга
	Владеет	- навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;
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	- 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
	Умеет	- анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны
	Владеет	- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны
ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	Знает	- основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции
	Умеет	- анализировать безопасность оплаты виртуального магазина
	Владеет	- навыками управления безопасностью платежей на сайте компании
ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профес-	Знает	- 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

сиональной 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	Умеет	- анализировать рынок карточных продуктов страны - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке
	Владеет	- 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 «Конъюнктура мировых товарных рынков»

Учебный курс «Конъюнктура мировых товарных рынков» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Конъюнктура мировых товарных рынков» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетные единицы, 288 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (72 часов, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (180 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Конъюнктура мировых товарных рынков» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Основы международного маркетинга», «Деятельность международных компаний в глобальной среде», «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Экономика стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Международная торговля», «Международная логистика», «Стратегический глобальный маркетинг», «Международные стратегии», «Fundamentals of International Business (Основы международного бизнеса)» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Международная логистика».

Содержание дисциплины состоит из четырех разделов и охватывает следующий круг вопросов: теоретические основы исследования конъюнктуры мировых товарных рынков, характеристика мировых товарных рынков, методология исследования конъюнктуры мировых товарных рынков, методологические особенности прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков.

Цель изучения учебного курса состоит в том, чтобы сформировать основы знаний в области изучения и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков, видах конъюнктуры и методах ее анализа, показать специфику изучения конъюнктуры на международном уровне, теорию и практику воздействия конъюнктурообразующих факторов на конкурентные мировые рынки.

Задачи:

1. сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков, необходимых для глубокого понимания исследования конъюнктуры, маркетинговых исследований международного (внешних) рынков;
2. привить студентам практические приемы работы в условиях глобализации рынка за счет широкого использования интенсивных форм обучения;
3. повысить эффективность управления внешнеэкономической деятельностью российских предприятий и организаций.

Для успешного изучения дисциплины «Конъюнктура мировых товарных рынков» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- ✓ готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- ✓ способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- ✓ способность к самоорганизации и самообразованию;
- ✓ владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ✓ умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

✓ 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;

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

✓ готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ понятие и виды конъюнктуры, классификацию факторов, воздействующих на конъюнктуру; ✓ систему мировых товарных рынков и особенности их функционирования; ✓ систему показателей и индексов конъюнктуры мировых товарных рынков; ✓ типовые зарубежные и отечественные методики анализа и прогнозирования конъюнктуры мировых товарных рынков;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ определять структуру мирового товарного рынка; ✓ определять целевые задачи фирмы, решаемые путем изучения конъюнктуры; ✓ проводить анализ общехозяйственной, отраслевой и товарной конъюнктуры мирового рынка и выявлять его особенности; ✓ рассчитывать показатели, характеризующие конъюнктуру мировых товарных рынков; ✓ использовать экономико-математические методы для проведения анализа и прогнозирования уровня развития мирового рынка и конъюнктуры мирового товарного рынка;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ навыками изучения и прогнозирования мирового товарного рынка, конъюнктуры мирового товарного

		рынка
ПК-16 Способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ✓ конъюнктурообразующие факторы и тенденции внешней среды, оказывающие влияние на функционирование предприятия на мировом рынке; ✓ алгоритм/технология исследования внешней среды на функционирование организации на мировом рынке; ✓ методы оценки конъюнктуры мировых товарных рынков;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ разработать методический подход к исследованию конъюнктуры мировых товарных рынков; ✓ анализировать изменения факторов внешней среды на деятельность организации на мировом рынке;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ способностью оценивать воздействия внешней среды на функционировании организации на мировом рынке;
ПК-18 Способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ✓ методы анализа конкурентной среды мировых товарных рынков;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ определять позиции предприятий на мировых товарных рынках с учетом влияния конъюктурообразующих факторов;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ способностью использовать результаты анализа конкурентной среды мировых товарных рынков для подготовки и реализации управленческих решений;
ПК-19 Способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ✓ информационные системы и базы данных международных организаций и российских органов власти для анализа ситуации на рынке; ✓ информационные системы и базы данных относительно динамики мировых цен на товарных рынках;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ сформировать перечень источников необходимой информации об определенном мировом рынке и провести ее сбор; ✓ осуществлять поиск статистической информации в международных и национальных банках данных; ✓ интерпретировать полученную из различных источников информацию о состоянии конъюнктуры мировых товарных рынков; ✓ преодолевать основные трудности при организации внешнеэкономической и международной деятельности
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ✓ основными методами, способами и средствами получения, переработки информации для построения конъюнктурного обзора, методами оценки и анализа ёмкости мирового товарного рынка, приемами системного анализа;
ПК-23 Способность	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ✓ конъюктурообразующие факторы (в том числе

оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности		экономические и социальные), оказывающие влияние на осуществления предпринимательской деятельности на мировом рынке
	Умеет	✓ анализировать экономические и социальные изменения факторов внешней среды на предпринимательскую деятельность на мировом рынке
	Владеет	✓ способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления организации предпринимательской деятельности на мировом рынке

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Конъюнктура мировых товарных рынков» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, дискуссии, составление интеллект-карт.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международная торговля»

Учебный курс «Международная торговля» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Международная торговля» 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, в том числе МАО 36 часов), самостоятельная работа студентов (180 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Международная торговля» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Экономическая география и регионалистика», «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Экономика предприятия», «Транснациональные компании в международной торговле», «Рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг инноваций», «Международная логистика».

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

1. Теория международной торговли
2. Фирма как субъект международной торговли
3. Внешняя среда фирмы в международной торговле
4. Международная торговая политика

Цель – сформировать у студентов представление о современных теоретических и эмпирических исследованиях в области международной торговли для подготовки к работе по организации и обеспечению

внешнеторговых операций на различных рынках с различными видами товаров и услуг.

Задачи:

- формирование у студентов целостного, системного представления о международной торговле;
- формирование у студентов навыков теоретического и практического анализа проблем международной торговли;
- формирование у студентов обоснованно критической позиции к проводимой в различных странах государственной политике в области регулирования международной торговли.

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

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- 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 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	культурные различия, лежащие в основе потребительских предпочтений в разных странах; особенности потребительских предпочтений в разных странах
	Умеет	выявлять тенденции и прогнозировать спрос потребителей в зарубежных странах; анализировать конъюнктуру мировых товарных рынков
	Владеет	навыками анализа потребительских предпочтений в разных странах; навыками сбора маркетинговой информации о зарубежных рынках
ПК-16 способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли	Знает	основные методы (тарифные и нетарифные) государственного регулирования международной торговли; основные инструменты снижения валютных рисков во внешнеэкономической деятельности.
	Умеет	оценивать влияние тарифных и нетарифных методов регулирования международной торговли на ведение бизнеса; выбирать наиболее подходящие в данных условиях ведения внешней торговли инструменты снижения валютных рисков; выбирать подходящие формы и методы внешнеэкономических операций, базисные условия поставки, методы международных расчетов
	Владеет	методами и приемами анализа экономических явлений и процессов в международной торговле с помощью изученных моделей международной торговли; навыками комплексной оценки воздействия текущих процессов на мировых рынках на состояние фирмы.
ПК-18 способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	отличительные особенности международной конкурентной среды
	Умеет	анализировать структуру международной торговли; выявлять возможности встраивания в международные стоимостные цепочки

	Владеет	<p>навыками анализа состояния международных товарных рынков и характера их развития;</p> <p>навыками анализа торговой деятельности международных конкурентов</p>
ПК-19 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	<p>основные источники данных по международной экономической статистике;</p> <p>принципы построения товарной номенклатуры HS и SITC как основы структурного анализа международной торговой статистики.</p>
	Умеет	<p>выявлять наиболее значимые показатели международной экономической статистики;</p> <p>рассчитывать основные экономические показатели, характеризующие участие страны в международной торговле;</p> <p>выявлять по заданным критериям на основе анализа статистических данных тенденции развития международной торговли</p>
	Владеет	<p>оценки экономического положения субъектов международной торговли на основе анализа международной экономической статистики;</p> <p>навыками прогнозирования поведения субъектов международной торговли на основе комплексного анализа международной статистики.</p>
ПК-23 способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	<p>законодательную базу регулирования внешней торговли;</p> <p>международные обычаи делового оборота, оказывающие влияние на внешнеторговые операции фирмы;</p> <p>место, роль и значение ВТО в мировой экономике.</p>
	Умеет	<p>определять и оценивать место отдельного государства в системе международной торговли;</p> <p>системно анализировать на микро- и макроуровне экономические процессы, влияющие на условия осуществления внешнеторговой деятельности;</p> <p>применить в соответствующем анализе экономические модели международной торговли;</p> <p>ориентироваться в особенностях внешнеторговой политики различных стран мира</p>
	Владеет	<p>навыками анализа внешнеторговой политики различных стран;</p> <p>навыками оценки текущего и будущего влияния торговой политики страны на внешнеэкономическую деятельность отдельной фирмы.</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Международная торговля» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: кейс-стади, дискуссия, мозговой штурм.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Маркетинг инноваций»

Учебный курс «Маркетинг инноваций» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Маркетинг инноваций» 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 27 часов), самостоятельная работа студентов (132 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Маркетинг инноваций» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к прохождению производственной (торгово-технологической) и преддипломной практик.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие инновационного маркетинга; современные векторы развития бизнес-среды; необходимость инноваций; структура и виды маркетинговой информации; понятие и методы маркетинговых исследований; типология и характеристика основных методов исследования инновационного продукта; основное понятие и подходы к сегментированию инновационных продуктов; позиционирование на целевом рынке; принятие решений о выпуске новых товаров; принятие решений о ценообразовании; принятие решений о каналах сбыта продукции и продвижении; формирование маркетинговой программы создания инновации.

Цель: формирование комплекса знаний об особенностях маркетинга инноваций и навыков формирования и продвижения инновационного продукта.

Задачи:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний в области инновационной деятельности;
- сформировать у студентов систему теоретических знаний о маркетинге инноваций;
- сформировать у студентов навыки разработки стратегии позиционирования инновационного продукта;
- сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке оптимальной товарной, ценовой, сбытовой, коммуникативной политик в процессе создания и продвижение инновационного продукта.

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

- 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;
- готовность анализировать оценивать и разрабатывать стратегии предприятия;
- способность проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;
- способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций;

– способность проводить анализ конкурентной среды рынка.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК–13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> • правила организации маркетинговой деятельности в условиях усиления роли инноваций; • базовые понятия маркетинга инноваций; • организационные структуры в компании с инновационным ориентированием.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка с учетом доминанты инноваций; ▪ видеть и определять инновации в компании; ▪ подбирать организационную структуру для компании с инновационным ориентированием; ▪ обосновывать и оптимизировать выбор инструментов маркетинга.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками определения инноваций в компаниях; ▪ навыками формирования организационных структур, способных адаптироваться к инновационным изменениям; ▪ умением внедрять систему маркетинга на предприятии.
ПК – 22 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ▪ методы и характеристику основных методов исследования инновационных продуктов; ▪ понятие сегментирования инновационных продуктов и основы их позиционирования; ▪ комплекс маркетинга инновационной компании; ▪ процесс принятия решений о выпуске, ценообразовании, каналах сбыла и продвижении новых товаров; ▪ понятие маркетинговой программы создания инноваций; • методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ оптимизировать расходы при выборе различных маркетинговых стратегий; ▪ выбирать методы маркетинговых исследований инновационного продукта; ▪ процесс принятия решений о выпуске, ценообразовании, каналах сбыла и продвижении новых товаров; ▪ процесс принятия решений о выпуске, це-

		нообразовании, каналах сбыла и продвижении новых товаров; <ul style="list-style-type: none"> ▪ выбирать маркетинговой программы создания инноваций; ▪ выбирать признаки сегментирования инновационного продукта и направления для их позиционирования.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками проведения маркетинговых исследований инновационного продукта; ▪ навыками проведения сегментирования и позиционирования инновационных продуктов; ▪ навыками разработки маркетинговой программы создания инноваций; ▪ методами оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг инноваций» 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 «Создание и выведение на рынок новых товаров»

Учебный курс «Создание и выведение на рынок новых товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Международный бизнес».

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров» 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 27 часов), самостоятельная работа студентов (132 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Создание и выведение на рынок новых товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Управление маркетингом» и позволяет подготовить студентов к прохождению производственной (торгово-технологической) и преддипломной практик.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие маркетинга создания и выведения на рынок новых товаров; современные векторы развития бизнес-среды; необходимость новых товаров и инноваций; маркетинговые исследования, ориентированные на создание новых товаров; структура и виды маркетинговой информации; понятие и методы маркетинговых исследований; типология и характеристика основных методов исследования новых товаров; основное понятие и подходы к сегментированию новых товаров; позиционирование на целевом рынке; принятие решений о выпуске новых товаров; принятие решений о ценообразовании на новые товары; принятие решений о каналах сбыта и продвижении новых товаров; формирование маркетинговой программы создания новых товаров.

Цель: формирование комплекса знаний об особенностях маркетинга создания и вывода на рынок новых товаров и навыков формирования и продвижения новых товаров.

Задачи:

1. сформировать у студентов систему теоретических знаний в области создания и вывода новых товаров на рынок;
2. сформировать у студентов навыки разработки стратегии позиционирования новых товаров;
3. сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков по разработке оптимальной товарной, ценовой, сбытовой, коммуникативной политик в процессе создания и продвижения на рынок новых товаров.

Для успешного изучения дисциплины «Создание и вывод на рынок новых товаров» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции на следующих уровнях:

- умение выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- умение анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии предприятия;
- умение проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;
- умение разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;
- умение оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций;
- умение проводить анализ конкурентной среды рынка.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК–13 – Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ▪ базовые понятия теории маркетинга, ориентированного на создание и выведение на рынок новых товаров; • приемы и методы маркетинговой деятельности, ориентированной на создание и выведение на рынок новых товаров. • правила организации маркетинговой деятельности, ориентированного на создание и выведение на рынок новых товаров в условиях усиления роли инноваций.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ выявлять и удовлетворять требования потребителей на основе анализа состояния и тенденций развития современной бизнес-среды; ▪ разрабатывать комплекс маркетинга на основе оценки рыночной конъюнктуры. ▪ определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка с учетом доминанты инноваций и необходимости создания новых товаров; ▪ обосновывать и оптимизировать выбор инструментов маркетинга при создании и выведении на рынок новых товаров.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ умениями принимать стратегические и тактические маркетинговые решения, ориентированные на создание и выведение на рынок новых товаров. ▪ умением внедрять систему маркетинга на предприятии.
ПК – 22 – Способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	<ul style="list-style-type: none"> ▪ комплекс маркетинга компании, ориентированной на создание новых товаров; • методы оценки эффективности маркетинговой деятельности, ориентированной на создание и выведение на рынок новых товаров.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ оптимизировать расходы при выборе различных маркетинговых стратегий выведения на рынок новых товаров.
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> ▪ методами оценки эффективности маркетинговой деятельности, ориентированной на создание и выведение на рынок новых товаров.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Создание и выведение на рынок новых товаров» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: деловые игры; интерактивные лекции.

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 «Международный бизнес».

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 расширить и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Стратегический глобальный маркетинг», «Международные стратегии».

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 – 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 «Международный бизнес».

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 «Маркетинг инноваций».

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:

- 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);
- способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли;
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
- способность проводить анализ конкурентной среды рынка;

– способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли.

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	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.